

РЕШЕНИЕ
по делу № 37-Р-2018

11 декабря 2018 г.

г. Чебоксары

Резолютивная часть решения оглашена 28.11.2018

Решение в полном объеме изготовлено 11.12.2018

Комиссия Чувашского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

председатель Комиссии:

«...»

члены Комиссии:

«...»

рассмотрев дело № 37-Р-2018, возбужденное в отношении гражданина «...» по признакам нарушения требований определенных ч.7 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), выразившегося в отсутствии существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения и введении потребителей рекламы в заблуждение,

в отсутствие: лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения Закона о рекламе, заинтересованного лица, Заявителя, надлежащим образом извещенных о дате и времени рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

В Чувашское УФАС России 24.09.2018 (вх. № 04-10/6469) поступило обращение гражданина «...» (далее - Заявитель) с заявлением о недостоверной рекламной информации, распространявшейся цирком "Виват". Из заявления следует о размещении в открытых источниках сети Интернет по адресу <http://cheb.ru> информации о гастрольной программе цирка «VIVAT» с содержанием рекламной акции «3+1», согласно которой, при покупке трех билетов четвертый билет предоставляется бесплатно.

Таким образом, Заявитель 22.09.2018 осуществил покупку трех билетов в кассе, расположенной возле данного цирка. При этом, в предоставлении бесплатного четвертого билета ему было отказано.

Отказ в предоставлении бесплатного четвертого билета объяснен отсутствием у Заявителя специального купона.

Таким образом, отсутствие в рекламной информации условия по обязательному наличию специального купона для получения бесплатного четвертого билета, ввело Заявителя в заблуждение, что указывает на ненадлежащую рекламу.

Из информации, представленной ИП Радченко А.М., ведущим интернет - портал "НА-СВЯЗИ.RU" (<http://cheb.ru>), следует, что размещение рассматриваемого информационного материала осуществлено по заказу физического лица «...»

Размещение рекламы гастролей цирка на портале осуществлялось по заказу «...», поэтому содержание рекламы оговаривалось при личной встрече, по телефону и по электронной почте.

Кроме того, в качестве одного из источников получения информации для подготовки рекламного материала, Заказчиком предлагалось использовать информацию, размещенную в официальной группе «Цирк VIVAT Чебоксары» социальной сети интернет «ВКонтакте».

При этом, дополнительные условия акции «3+1», а именно наличие специального купона для получения бесплатного четвертого билета, Заказчиком («...») не оговаривались и в вышеуказанном источнике получения

информации для рекламного материала такая информация отсутствовала.

В материалы дела ИП Радченко А.М. представлены материальные доказательства, подтверждающие вышеуказанную информацию, в том числе, рекламный баннер, согласованный обеими сторонами.

С целью получения пояснений по факту выявленных обстоятельств осуществлен запрос гр. «...» по адресу регистрации и фактического проживания последнего путем направления определений о возбуждении и об отложении рассмотрения дела. Запрашиваемая информация гр. «...» не представлена, т.к. он не получает корреспонденцию по вышеуказанному адресу.

Оценив и проанализировав представленные материалы и заявленные доводы сторон, Комиссия приходит к следующему.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе, под рекламой понимается информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе, объектом рекламирования выступает товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама. Рассматриваемая информация признается рекламой, поскольку все предусмотренные статьей 3 Закона о рекламе квалификационные признаки рекламы присутствуют в данной информации.

В результате осмотра представленного ИП Радченко А.М. скриншота с сайта "НА- СВЯЗИ.RU" (<https://cheb.ru>) установлено наличие информации о выступлении в Чебоксарах с 21 сентября по 14 октября цирка «VIVAT» с программой "Конно-цирковой форсаж", с содержанием рекламной акции «3+1».

Представленный скриншот страницы официальной группы «Цирк VIVAT Чебоксары» социальной сети интернет «ВКонтакте» содержит следующую информацию.

«Акция 3+1 При одновременной покупке 3-х билетов еще один рядом совершенно БЕСПЛАТНО Дети до 4 лет БЕСПЛАТНО».

Из данной рекламы о необходимости иметь какой-либо специальный купон для получения дополнительного четвертого билета при покупке 3 билетов, информация отсутствует.

Таким образом, условие получения бесплатного билета в рекламной информации не размещено, в то время как данное условие является существенным для потребителя в принятии решения посещения цирка. В силу части 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной.

Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о рекламируемом и предлагаемом товаре.

Кроме того вся необходимая информация должна доводиться до потребителя непосредственно в рекламе для того, чтобы обеспечить возможность с ней ознакомиться, так как она может существенно повлиять на его выбор.

В соответствии с п. 28 Постановления Пленума ВАС РФ № 58 от 08.10.2012 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" следует, что «Рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг».

Использование привлекательного рекламного предложения по получению бесплатного билета при одновременном приобретении трех билетов, вводит потребителей рекламы в заблуждение, поскольку требуется соблюдение условия по наличию специального купона, о чем не указано в рекламе.

Общие требования к рекламе, установленные статьей 5 Закона о рекламе, недостоверную рекламу не допускают.

На основании части 7 статьи 5 Закона о рекламе, не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводится в заблуждение потребитель рекламы.

Факт отсутствия в рекламе существенной информации об условиях получения бесплатного четвертого билета подтвержден материалами дела.

Учитывая вышеизложенные обстоятельства, Комиссия приходит к выводу, что на момент ознакомления с рекламой потребитель не имел возможности ознакомления с существенной информацией о рекламируемом товаре, что привело к искажению смысла рекламной информации и ввело его в заблуждение.

Доказательств обратного гр. «...» не представлено.

Таким образом, Комиссия приходит к выводу о том, что содержание распространяемой рекламы не соответствует требованиям части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение требований части 7 статьи 5 Закона о рекламе, в соответствии с [частью 6 статьи 38](#) Закона о рекламе несет рекламодатель.

Под рекламодателем признается изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (пункт 5 статьи 3 Закона о рекламе).

Рекламодателем рассматриваемой рекламы является гр. «...»

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе, вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Учитывая, что в настоящее время данная реклама не распространяется, Комиссия приходит к выводу, что основания для выдачи предписания о прекращении нарушения Закона о рекламе гр. «...», отсутствуют.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения Закона

о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, содержащую информацию о выступлении в Чебоксарах с 21 сентября по 14 октября цирка «VIVAT» с программой "Конно-цирковой форсаж", с содержанием рекламной акции «3+1», размещаемую в открытых источниках сети Интернет по адресу <http://cheb.ru> в период с 21.09.2018 по 14.10.2018 ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

2. Признать гр. «...» нарушившим часть 7 статьи 5 Закона о рекламе.

3. Предписание гр. «...» о прекращении нарушения Закона о рекламе не выдавать.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении гр. «...»

Председатель Комиссии

«...»

Члены Комиссии

«...»

Решение в соответствии со статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации может быть обжаловано в арбитражный суд.