

**Р Е Ш Е Н И Е**  
**по делу № 057-09/04 РЗ**

25.06.2009 г.  
г.Орел

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Орловской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе, в составе:

Председатель Комиссии – Дубинина Г.М., и.о. заместителя руководителя управления;

Члены Комиссии – Тульская Л.И. специалист – эксперт;  
– Бочков С.А., специалист 1 разряда,

рассмотрев дело № 057-09/04 РЗ по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения ЗАО «Орелнефтепродукт» (302001, г. Орел, ул. Маяковского, 40) в газете «Орловская правда» рекламы стимулирующего мероприятия (акции) с признаками нарушения статьи 9 Федерального Закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», в присутствии представителей:

- от НП «Редакция газеты «Орловская правда» - Курдюмов С.В. (доверенность № 98 от 09.06.2009года)

- от ЗАО «Орелнефтепродукт»:

– Крусин В.А (доверенность № 58 от 24.12.2008года)

- Трубицина Е.И. (доверенность № 57 от 24.12.2008 года)

**УСТАНОВИЛА:**

В период с 12 марта по 16 апреля 2009 года Управлением Федеральной антимонопольной службы по Орловской области было проведено контрольное мероприятие по государственному контролю за соблюдением требований Федерального Закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон «О рекламе») Некоммерческим партнерством «Редакция газеты «Орловская правда» (302000, ГСП, г. Орел, ул. Брестская, дом 6).

В ходе проведения контрольного мероприятия были проанализированы рекламные материалы, распространявшиеся в газетах «Орловская правда» (акт проверки №03-09/04 РЗ/КМ от 16 апреля 2009 года).

В результате проведенной проверки было выявлено, что в газете «Орловская правда» № 35 от 13.03.2009 года на странице № 5 распространялась публикация под наименованием: «Быть лицом к потребителю».

Данная публикация распространялась с пометкой «на правах рекламы».

Исходя из смысла всего текста публикации «Быть лицом к потребителю», она предназначена для неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания и поддержание интереса к вертикально интегрированной нефтяной компании (ВИНК) ОАО «НК «Роснефть» и её дочернему предприятию ЗАО «Орелнефтепродукт», реализуемым этими хозяйствующими субъектами товарам, оказываемыми ими услугам, проводимыми этими хозяйствующими субъектами стимулирующим и благотворительным акциям.

В соответствии со статьей 3 Федерального Закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» *реклама это информация, распространенная любым способом, в любой форме 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.*

В рекламу ВИНК ОАО «НК «Роснефть» и её дочернего предприятия ЗАО «Орелнефтепродукт» был включен блок информации следующего содержания: «Роснефть, акция «Люблю - дарю» с 20 февраля по 23 апреля 2009 года. 20 февраля на заправках ЗАО «Орелнефтепродукт» стартовала весенняя акция «Люблю - дарю». Победители акции смогут получить в качестве призов пригласительные билеты на финал «Евровидение» в Москве, пластиковую карту Всероссийского банка развития регионов (ВБРР) с призом в размере 500 евро на счете, а также множество топливных призов. Участниками грандиозного розыгрыша призов, который состоится 27 апреля в прямом эфире на радиостанции «Европа плюс», станут все автомобилисты, заправившие свои автомобили на АЗК компании «Роснефть» в Орловской области 30 литрами бензина или 300 литрами дизельного топлива, купившие канистру масла «Роснефть максимум» емкостью 4 литра и получившие лотерейный билет акции (далее – публикация «Быть лицом к потребителю; акция «Люблю-дарю»)

В данном блоке публикации ВИНК ОАО «НК «Роснефть» (далее – Предприятие), объектом рекламирования выступало ЗАО «Орелнефтепродукт», проводившее весеннюю акцию под названием «Люблю-дарю».

Информация, содержащаяся в этом блоке рекламы, размещена с нарушением действующего законодательства.

В соответствии со статьей 2 Федерального закона от 11 ноября 2003 года № 138-ФЗ «О лотереях» указано, что **лотерея** - это игра, которая проводится в соответствии с договором и в которой одна сторона (организатор лотереи) проводит розыгрыш фонда лотереи, а вторая сторона (участник лотереи) получает право на выигрыш, если она будет признана выигравшей в соответствии с условием лотереи.

В соответствии со статьей 9 Закона «О рекламе» в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должны быть указаны:

- 1) сроки проведения такого мероприятия;
- 2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Анализ рекламной публикации «Быть лицом к потребителю», сообщающей о проведении акции «Люблю- Дарю», показал, что она противоречит требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, предусмотренным частью 2 статьи 9 Закона «О рекламе», так как в ней отсутствовала информация об источниках из которых можно было узнать о:

- правилах проведения акции «Люблю-дарю»,
- количестве призов (выигрышей) по результатам акции или их перечень;
- сроках получения призов или выигрышей по результатам указанной акции.
- месте получения призов или выигрышей по результатам указанной акции.
- порядке получения призов или выигрышей по результатам указанной акции.

Кроме того, из текста данной публикации потребитель не мог получить полную и необходимую для него вышеперечисленную информацию в связи с ее отсутствием.

12 мая 2009 года по признакам нарушения статьи 9 ФЗ «О рекламе» в отношении ЗАО «Орелнефтепродукт» (далее Общество) и НП «Редакция газеты «Орловская правда» (далее - Партнерство) было возбуждено дело № 057-09/04РЗ и назначено рассмотрением на 09 июня 2009 года.

Определением о возбуждении дела у сторон был запрошен перечень

документов и информации, необходимой для рассмотрения дела по существу.

ЗАО «Орелнефтепродукт» необходимо было представить следующий перечень документов и информации:

1. Устав Общества;
2. Свидетельство о постановке на учет в налоговом органе;
3. Свидетельство о регистрации в Территориальном органе Федеральной службы государственной статистики;
4. Кто является рекламопроизводителем указанной рекламы?
5. Какая информация передавалась рекламодателем – рекламопроизводителю, для изготовления рекламы (необходимо представить копию макета);
6. Договор, заключенный между рекламопроизводителем и рекламодателем;
7. Платежные документы, свидетельствующие об уплате рекламодателем услуг за изготовление рекламы;
8. Каким образом происходило согласование рекламного макета;
9. Письменное объяснение по факту изготовления и дальнейшего распространения рекламных материалов с признаками нарушения статьи 9 законодательства Российской Федерации о рекламе.

У НП «Редакция газеты «Орловская правда» были запрошены:

1. Кто является рекламопроизводителем указанной рекламы?
2. Какая информация передавалась рекламодателем - рекламораспространителю, для размещения рекламы (необходимо представить копию макета);
3. Договор, заключенный между рекламораспространителем и рекламодателем;
4. Платежные документы, свидетельствующие об уплате рекламодателем услуг за размещение рекламы;
5. Каким образом происходило согласование рекламного макета?

02.06.2009 года в адрес Управления Общество представило (вх. УФАС № 3266 от 02.06.2009г.):

- свидетельство о постановке на учет в налоговом органе юридического лица,
- свидетельство о регистрации в Территориальном органе Федеральной службы государственной статистики,
- устав Общества.

Кроме того, определением о возбуждении дела № 057-09/04РЗ у Общества были запрошены следующие документы:

- договор, заключенный между рекламопроизводителем и рекламодателем;
- платежные документы, свидетельствующие об уплате рекламодателем услуг за изготовление рекламы. Общество в установленный срок эти запрашиваемые документы не представило.

В своем объяснение Общество указало, что оно является рекламодателем рекламы, содержащейся в газете «Орловская правда» № 35 от 13.05.2009 года. При разработке данного рекламного продукта не обращались к услугам специализированных фирм – рекламопроизводителей. Разработка исходного материала производилась на основании рекомендаций ВИНК ОАО «НК «Роснефть» (г.Москва). Впоследствии, по средствам электронной почты исходные материалы были переданы рекламораспространителю для их компоновки и размещения в газете в рамках заключенного договора. При разработке рекламной публикации «Быть лицом к потребителю», размещенной в газете «Орловская правда»,

рекламодатель руководствовался единственной целью - формирование и поддержание при помощи средств массовой информации благоприятного имиджа «НК «Роснефть» в целом и ЗАО «Орнефтепродукт», в частности на убеждение общественности в необходимости деятельности фирмы и ее благоприятном влиянии на жизнь общества.

Общество сообщило также, что объектом рекламирования в рамках данной рекламной публикации является средство индивидуализации юридического лица – товарный знак (бренд) «НК «Роснефть». Упоминание в рамках статьи акции «Люблю - дарю», «Весенний старт», программы лояльности «активная скидка», не является рекламой, сообщаемой о проведении данных мероприятий в контексте статьи 9 ФЗ «О рекламе».

03.06.2009 года в адрес Управления НП «Редакция газеты «Орловская правда» представило (вх. УФАС № 3302)

- платежное поручение об уплате Обществом услуг за размещение рекламы;
- электронную переписку с Обществом по вопросу согласования подготовленной рекламной информации под названием «Быть лицом к потребителю» к размещению в газете «Орловская правда».

- договор № 419 от 02 марта 2009 года, заключенный с Обществом на размещение рекламы и информационных сообщений;

- объяснение, в котором сообщалось, что рекламодателем рекламы опубликованной в газете «Орловская правда» № 35 (24989) от 13.03.2009г., является Обществом которое в адрес Партнерства предоставило текст рекламной публикации и иллюстрации для опубликования рекламы. Согласование подготовленного рекламного проекта производилось по электронной почте.

09 июня 2009 года в ходе рассмотрения дела № 057-09/04РЗ представители Общества поддержали позицию, изложенную в объяснении относительно того, что публикация «Быть лицом к потребителю» не является рекламой, сообщаемой о проведении данных мероприятий в контексте статьи 9 ФЗ «О рекламе» при этом мотивируя тем, что единственной целью Общества было формирование и поддержание при помощи средства массовой информации благоприятного имиджа «НК «Роснефть».

В ходе рассмотрения дела № 057-09/04РЗ представитель Общества заявил устное ходатайство о приобщении к материалам дела следующих документов:

1. Лотерейного билета участника акции «Люблю- Дарю»;
2. Рекламной листовки с информацией об акции «Люблю – Дарю!», размещаемая (ой) на АЗК;
3. Копию письма от 27 января 2009 года № 01-14/209 в Службу по тарифам по Орловской Области с приложениями:
  - условия стимулирующей лотереи;
  - описание способа информирования участников стимулирующей лотереи о сроках проведения стимулирующей лотереи;
  - описание признаков или свойств товара (услуги), позволяющих установить такую взаимосвязь такого товара (услуги) и проводимой стимулирующей лотереи;
  - описание способа заключения договора между организатором стимулирующей лотереи и ее участником;
  - описание способа информирования участников стимулирующей лотереи о досрочном прекращении ее проведения;
  - порядок хранения невостребованных выигрышей и порядок их

востребования по истечению сроков получения выигрышей;

- нотариально заверенные копии учредительных документов организатора стимулирующей лотереи (Устав Общества с изменениями и дополнениями от 21.05.2003г., свидетельство о государственной регистрации);

- справка № 4563 от 11 декабря 2008 года из ИФНС по Заводскому району г. Орла об исполнении налогоплательщиком обязанности по уплате налогов, сборов, страховых взносов, пеней и налоговых санкций.

4. копия письма от 05.02.2009 года № 01-10/263

5. копии электронных писем

6. копии проекта статьи «Лицом к потребителю»

7. копии фотографий (4 шт.)

8. копия макета статьи «Быть всегда лицом к потребителю» корректировками.

Ходатайство Общества Комиссией было удовлетворено и представленные документы были приобщены к материалам дела (вх. УФАС № 3329 от 09.06.2009 года).

В ходе рассмотрения дела представитель Партнерства факт того, что информация под наименованием «Быть лицом к потребителю» в частности ее блок («Роснефть, акция «Люблю - дарю») - **является рекламой стимулирующего мероприятия, не отрицал. Также не отрицался и факт нарушения статьи 9 Федерального закона «О рекламе».**

09.06.2009 года в ходе рассмотрения дела № 057-09/04РЗ Комиссия заслушав стороны по делу, приняла решение об отложении дела в связи с необходимостью получения дополнительной информации от Общества. Дело к рассмотрению было назначено на 25.06.2009 года.

09.06.2009 года определением об отложении дела № 057-09/04РЗ у Общества была запрошена дополнительная информация, а именно:

1. Организационно - распорядительный документ (приказ, указание), изданный Предприятия о проведении акции «Люблю - дарю»;

2. Организационно- распорядительный документ (приказ), изданный Общества о проведении акции «Люблю- дарю»

3. Информацию о заключении договора о сотрудничестве с радиостанцией «Европа плюс Орел» на проведение розыгрыша призов акции «Люблю- дарю» (копию договора).

4. Информацию о заключении договора о сотрудничестве с Всероссийским Банком Развития Регионов о выдаче призов по результатам проведения акции «Люблю - дарю» копию договора).

5. Письменное пояснение по вопросу проведения акции «Люблю - дарю» с ответами на следующие вопросы:

5.1. С какого момента клиент становится участником акции «Люблю- дарю», какие условия при этом необходимо соблюдать?

5.2. Как проводится розыгрыш призов (его механизм) с момента начала участия в розыгрыше клиента до момента получения приза?

5.3. Какие особые условия при проведении розыгрыша предлагаются клиентам?

5.4. Каким образом определяется победитель в розыгрыше призов?

5.5. Кто присутствует и участвует при определении победителя розыгрыша призов и чем при этом руководствуются?

5.6. Количество призов по результатам розыгрыша.

5.7. Каким образом происходит получение призов по розыгрышу (представить порядок получения призов), какие условия при этом необходимо соблюдать?

5.8. Сроки получения призов.

#### 5.9. Место получения призов.

22.06.2009 года в адрес Управления Общества представило запрашиваемый перечень документов (вх. УФАС № 3521 от 22.06.2009г.)

- копия письма от 20.01.2009 года № 22-19 «О сбытовой весенней акции» Первого заместителя Директора Департамента эксплуатации и развития предприятий нефтепродуктообеспечения, с приложениями:

1) Весенняя сбытовая акция в розничной сети ОАО «НК «Роснефть» - (приложение 1);

2) инструкция для персонала ДО НПО и ФИРМ агентов по безналичным расчетам по проведению весенней сбытовой акции – (приложение 2)

- копия письма от 19.03.2009 г., № 22-216 «О завершающем этапе сбытовой весенней акции», с приложениями:

1) процедура передачи банковской карты ОАО «ВБРР» с призом в размере 500 евро призерами акции «Люблю- Дарю», инструкция для сотрудников ДО НПО, ответственных за проведение весенней сбытовой акции «Люблю- Дарю!» (приложение № 1)

2) процедура передачи банковской карты ОАО «ВБРР» с призом в размере 500 евро призерам акции «Люблю- Дарю!» (для регионов не присутствия ОАО «ВБРР» (приложение № 1.1)

3) инструкция по заполнению сертификата на получение главного приза акции «Люблю- Дарю»: билеты на «Евровидение 2009» (приложение № 3);

4) форма информационного ОТЧЕТА ПО АКЦИИ (приложение № 5);

5) статистический отчет о проведении акции «Люблю- Дарю» (приложение № 5.1)

- копия письма от 05.05.2009 № 22-350 «О программе пребывания победителей акции «Люблю- Дарю» в г. Москве», с приложениями:

1) программа пребывания региональных победителей акции «Люблю- Дарю» в г. Москва с 15 по 17 мая 2009г (приложение 1);

2) подготовительные мероприятия по отправке региональных победителей акции в г. Москва (приложение № 2);

3) список региональных победителей акции «Люблю- Дарю» в розничной сети НК «Роснефть» (приложение № 3);

- копия приказа от 30 января 2009 г., № 066-П «О проведении рекламной акции «Люблю- Дарю!», на АЗК Общества

- копия приказа от 05 мая 2009 г., № 309-П «О проведении выплат в рамках рекламной акции «Люблю- Дарю!»»;

- копия приказа от 23 марта 2009 г., № 199-П «О завершающем этапе сбытовой весенней акции «Люблю- Дарю!»»;

- копия письма от 05.02.2009 б/н от Всероссийского банка развития регионов;

- копия письма Общества ООО «ЮКОС Карт» от 20.03.2009 № 01-14/697;

- копия письма от Общества Первому заместителю директора Департамента эксплуатации и развития предприятий нефтепродуктообеспечения ОАО «НК Роснефть» и ООО «ЮКОС - Карт» от 29.01.2009 г, № 01-14/224;

- копия письма от 13.03.2009 № 22-175 «О проведении сбытовой весенней акции»;

- копия письма от 09.02.2009 № 22-78 «О сбытовой весенней акции»;

- копия письма от 15.04.2009 № 637 «Об организации мероприятий для победителей акции «Люблю- Дарю» с приложениями:

1) мероприятия для победителей акции «Люблю- дарю!» планируемые в городе Москве в период с 15 мая по 17 мая 2009 года (приложение 1);

2) условия проведения весенней сбытовой акции «Люблю- дарю!» (приложение №1)

3) копия договора на оказание услуг № 180-ОН от 24 февраля 2009г

В представленном объяснении также пояснялось, что: «Клиент становится участником акции «Люблю - дарю» при условии покупки за наличный расчет по предъявлению карты лояльности «Активная скидка» (корпоративной дисконтной карты) 30 литров любого вида бензина или 300 литров дизельного топлива. Осуществлять покупку необходимо было в период действия акции с 20 февраля по 23 апреля 2009 года на любом из 30 АЗК ЗАО «Орелнефтепродукт» Орловской области. Для участия в акции после указанной покупки клиенту необходимо было заполнить отрывную часть лотерейного билета, выданного клиенту оператором – кассиром, где указать Ф.И.О. клиента и контактный телефон. Основная часть билета оставалась у клиента, отрывная - на АЗК. Основная и отрывная часть лотерейного билета имела одинаковую нумерацию. В основной части билета, оставшейся у клиента, содержалась информация о месте и времени проведения розыгрыша и месте выдачи призов. Розыгрыш призов проводится в установленное время, 27 апреля 2009 года с 13:00 до 14.00 в программе «Дневной Презент» на радиостанции «Европа плюс Орел», согласно заявленным условиям акции. Формат проведения розыгрыша: в прямом эфире радиостанции с участием тиражной комиссии посредством случайной выборки номера выигранных билетов. Предварительно работниками ЗАО «Орелнефтепродукт» консолидировались все списки участников розыгрыша с каждого АЗК (по номерам отрывных частей лотерейных билетов). Единый список участников розыгрыша передавался посредством электронной почты на электронный ящик радиостанции «Европа плюс». Список участников розыгрыша загружался в специальную программу, которая производила выборку случайных чисел, соответствующих конкретному лотерейному билету, и таким образом, определялись победители акции по каждой категории призов. Данная практика носит традиционный характер и широко используется при проведении интерактивных розыгрышей призов. Кроме того, никаких особых условий клиентам в момент проведения розыгрыша не предлагались. Все клиенты – участники акции были равноправными участниками розыгрыша. Победители розыгрыша определялись путем случайной выборки номеров выигранных билетов. Каждый лотерейный билет имел свой собственный номер (вся партия билетов имела сквозную нумерацию) и содержал Ф.И.О. участника и его контактный телефон (для последующей идентификации).

Розыгрыш проводился в присутствии тиражной комиссии и представителей прессы (газеты «Просторы России», редактора радиостанции «Европа плюс»). Состав тиражной комиссии определялся в распорядительном документе по Обществу (п.3 пр. № 066-П от 30.01.2009г).

Количество призов по результатам розыгрыша (427 шт) строго эквивалентно количеству призов, заявленных в условиях акции (427 шт) и соответствует следующему перечню:

Главные призы: 2 билета на Евровидение, карта банка ВБРР номиналом 500евро;

Другие призы: топливная карта номиналом 5000 рублей – 10 шт.

топливная карта номиналом 3000 рублей – 15 шт.

топливный сертификат на 25 литров – 100шт.

топливный сертификат на 10 литров - 200шт

канистра универсального масла «Роснефть», емкостью 4л – 100шт.»

Порядок получения приза указан в лотерейном билете, который находится у

его владельца. Дополнительно условия получения призов были неоднократно озвучены в прямом эфире на радиостанции «Европа плюс» в момент проведения розыгрыша. Для получения приза необходимо представить выигрышный лотерейный билет, предъявить паспорт или иной документ, удостоверяющий личность победителя. Призы выдаются по адресу: г.Орел, ул. Маяковского, 40 в отделе розничных продаж. Период получения призов: 29 апреля - 29 мая 2009 года. В момент получения приза (топливного сертификата или топливной карты производится сверка номера выигрышного билета, устанавливается идентификация личности победителя, делается скан-копия паспортных данных и производится вручение приза ответственным работником ЗАО «Орелнефтепродукт»). Получить топливо (любой вид по желанию клиента) по топливному сертификату или топливной карте клиенту предлагается на любом автозаправочном комплексе ЗАО «Орелнефтепродукт» города Орла и Орловской области, по предъявлению сертификата/топливной карты в течении 2009 года (действителен до 31.12.2009 года.). Действие сертификата/топливной карты ограничивается территорией Орловской области (в связи с измененной механикой акции).

Срок получения призов: 29 апреля- 29 мая 2009г.

Место получения призов: ЗАО «Орелнефтепродукт» г.Орел, ул. Маяковского, 40, отдел розничных продаж.

Договор о сотрудничестве с ОАО «ВБРР» ЗАО «Орелнефтепродукт не заключался».

25.06.2009 года в ходе рассмотрения дела Комиссия, заслушав стороны по делу, проанализировав документы и информацию, представленную сторонами и имеющуюся в материалах дела пришла, к следующим выводам:

1. В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона «О рекламе» - реклама это 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 продвижения на рынке.

1.1 Публикация под названием «Быть лицом к потребителю», распространялась Обществом в средстве массовой информации - газете «Орловская правда»:

1.2. В соответствии с Письмом Федеральной антимонопольной службы (органа, осуществляющего контроль в сфере рекламы) от 05.04.2007 г. N АЦ/4624 под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Публикация под названием «Быть лицом к потребителю» была адресована неопределенному кругу лиц, а именно «...всем автомобилистам, заправившим свои автомобили на АЗК компании «Роснефть» в Орловской области».

1.3. Публикация под названием «Быть лицом к потребителю» имела цель сформировать и поддержать интерес к объекту рекламирования.

В статье 3 Закона «О рекламе» приведены понятия:

**объект рекламирования** - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, 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);

**товар** - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот;

- способствовала реализации товара.

Рекламодатель в публикации под названием «Быть лицом к потребителю» сообщал, что 20 февраля на заправках ЗАО «Орелнефтепродукт» стартовала весенняя акция «Люблю - дарю». Победители акции смогут получить в качестве призов пригласительные билеты на финал «Евровидение» в Москве, пластиковую карту Всероссийского банка развития регионов (ВБРР) с призом в размере 500 евро на счете, а также множество топливных призов. Участниками грандиозного розыгрыша призов, который состоится 27 апреля в прямом эфире на радиостанции «Европа плюс», станут все автомобилисты, заправившие свои автомобили на АЗК компании «Роснефть» в Орловской области 30 литрами бензина или 300 литрами дизельного топлива, купившие канистру масла «Роснефть максимум» емкостью 4 литра и получившие лотерейный билет акции.

Данная публикация обращала внимание и поддерживала интерес потребителей к продавцу товара - ЗАО «Орелнефтепродукт» - дочернему предприятию ВИНК ОАО «НК «Роснефть»; к его автозаправочным комплексам, расположенным в Орловской области; и путем проведения акции «Люблю-дарю» с последующим розыгрышем призов способствовала продвижению товара - нефтепродуктов (бензин, дизельное топливо, масло) на автозаправочных комплексах, принадлежащих Обществу.

**Таким образом, публикация под названием «Быть лицом к потребителю», распространяемая ЗАО «Орелнефтепродукт» - дочерним предприятием ВИНК ОАО «НК «Роснефть» в газете «Орловская правда», подпадает под определение рекламы.**

**О факте того, что указанная публикация является рекламной также свидетельствуют следующие документы:**

- публикация «Быть лицом к потребителю» распространялась в газете «Орловская правда» № 35 от 10.03.2009 года с пометкой «на правах рекламы».

- договор № 419 от 02 марта 2009 года, заключенный между Общества и НП «Редакция газеты «Орловская правда» из которого следует, что предметом договора является оказание услуг на размещение рекламы и информационных сообщений. Пунктом 1.1 указанного договора определено, что «Клиент» (Общество) поручает, а «Исполнитель» (Партнерство) принимает на себя обязательства по размещению и распространению рекламных сообщений, в том числе пиар - публикаций по продвижению и популяризации бренда «Клиента» на ежедневных региональных полосах газеты «Орловская правда».

- документы с объяснением, представленные Общества от 02.06.2009г. (вх. УФАС № 3266);

- документы представленные Обществом от 09.06.2009г. (вх. УФАС № 3329).

- документы представленные Обществом от 22.06.2009г. (вх. УФАС № 3521);

- платежное поручение об уплате Обществом услуг за размещение рекламы, представленное 03.06.2009г. НП «Редакция газеты «Орловская правда» (вх. УФАС № 3302);

- электронную переписку с Обществом по вопросу согласования подготовленной рекламной информации под названием «Быть лицом к потребителю» к размещению в газете «Орловская правда», представленную 03.06.2009г. НП «Редакция газеты «Орловская правда» (вх. УФАС № 3302).

**2. Статьей 2 Федерального закона от 11 ноября 2003 года № 138-ФЗ «О**

лотереях» (далее – Закон «О лотереях») установлено, что **лотерея** - это игра, которая проводится в соответствии с договором и в которой одна сторона (организатор лотереи) проводит розыгрыш фонда лотереи, а вторая сторона (участник лотереи) получает право на выигрыш, если она будет признана выигравшей в соответствии с условием лотереи.

2.1. Частью 2 статьи 3 Закона «О лотереях» установлено, что тиражная лотерея – лотерея, в которой розыгрыш призового фонда лотереи между всеми участниками лотереи проводится одновременно после распространения лотерейных билетов.

Согласно части 3 статьи 3 Закона «О лотереях», лотерея в зависимости от способа формирования ее призового фонда подразделяется на:

1) лотерею, право на участие, в которой связано с внесением платы, за счет которой формируется призовой фонд лотереи;

2) лотерею, право на участие, в которой не связано с внесением платы и призовой фонд которой формируется за счет средств организатора лотереи (**стимулирующая лотерея**.)

Лотерея в зависимости от территории ее проведения подразделяется на международную, всероссийскую, региональную и муниципальную.

2.2. Согласно статьи 7 Закона «О лотереях», право на проведение стимулирующей лотереи возникает в случае, если в в федеральный орган исполнительной власти, уполномоченный Правительством Российской Федерации, уполномоченный орган исполнительной власти субъекта Российской Федерации или уполномоченный орган местного самоуправления направлено уведомление о проведении стимулирующей лотереи с приложением документов, определенных указанной нормой закона.

Анализ документов, представленных Обществом (вх. УФАС № 3329 от 09.06.2009года) показал, что Общество в адрес Службы по тарифам Орловской области от 27 января 2009 года № 01-14/209 направило уведомление о стимулирующей лотереи, проводимой на автозаправочных комплексах ЗАО «Орелнефтепродукт», с приложением:

- условий стимулирующей лотереи;
- описания способа информирования участников стимулирующей лотереи о сроках проведения стимулирующей лотереи;
- описания признаков или свойств товара (услуги), позволяющих установить такую взаимосвязь такого товара (услуги) и проводимой стимулирующей лотереи;
- описания способа заключения договора между организатором стимулирующей лотереи и ее участником;
- описания способа информирования участников стимулирующей лотереи о досрочном прекращении ее проведения;
- порядка хранения невостребованных выигрышей и порядка их востребования по истечению сроков получения выигрышей;
- других документов (лотерейный билет участника акции «Люблю- Дарю», рекламная листовка с информацией об акции «Люблю – Дарю!», размещаемая на АЗК).

Кроме того, Служба по тарифам Орловской области в адрес Общества письмом № 01-10/263 от 05.02.2009года сообщила, что уведомление Общества о проведении стимулирующей лотереи на территории Орловской области принято. Информация о лотереи внесена в государственный реестр региональных лотерей Орловской области 05.02.2009года и ей присвоен государственный номер <...> Н357С/11.

Таким образом, указанные документы свидетельствуют о том, что ЗАО «Орелнефтепродукт» - дочернее предприятие ВИНК ОАО «НК «Роснефть» на своих автозаправочных комплексах, в рамках акции «Люблю-дарю», проводило стимулирующую лотерею.

3. Комиссия считает, что довод Общества о том, что публикация «Быть лицом к потребителю», в которой сообщается об акции «Люблю-дарю», не является рекламой сообщаемой, в том числе о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участие в которых является приобретение определенного товара является несостоятельным по следующим основаниям:

3.1. Статья 9 Закона «О рекламе» определила, что **стимулирующего мероприятия – это** стимулирующая лотерея, конкурс, игра или иное подобное мероприятие, условием участия, в которых является приобретение определенного товара.

3.2. В комментарии к статье 9 Федерального закона № 38-ФЗ от 13 марта 2006 года «О рекламе» (М.А. Спиридонова, правовая база «Кодекс») указано, что стимулирующими мероприятиями в соответствии со статьей 9 Закона «О рекламе» являются лотереи, конкурсы и игры.

Объединяет эти предприятия признак стимулирования. Это означает, что в правилах и условиях проведения таких кампаний присутствует причина, побуждающая человека принять участие. Как правило, это возможность заполучить какое-нибудь материальное благо, поощрение.

Совмещение процесса продажи с конкурсными стимулирующими условиями позволяют повысить их внимание к товару во время проведения конкурса. Поэтому, если для того, чтобы стать претендентом на приз, предлагается купить вещь.

3.3. Из текста публикации под названием «Быть лицом к потребителю» следует, что участниками грандиозного розыгрыша призов, который состоится 27 апреля в прямом эфире на радиостанции «Европа плюс», станут все автомобилисты, заправившие свои автомобили на АЗК компании «Роснефть» в Орловской области 30 литрами бензина или 300 литрами дизельного топлива, купившие канистру масла «Роснефть-максимум» емкостью 4 литра и получившие лотерейный билет акции. Победители акции смогут получить в качестве призов пригласительные билеты на финал «Евровидение» в Москве, пластиковую карту Всероссийского банка развития регионов (ВБРР) с призом в размере 500 евро на счете, а также множество топливных призов.

3.4. Из объяснения представленного Общества (вх. УФАС № 3521 от 22.06.2009г.) следовало, что «Клиент становится участником акции «Люблю - дарю» при условии покупки за наличный расчет по предъявлению карты лояльности «Активная скидка» (корпоративной дисконтной карты) 30 литров любого вида бензина или 300 литров дизельного топлива. Осуществлять покупку необходимо было в период действия акции с 20 февраля по 23 апреля 2009 года на любом из 30 АЗК ЗАО «Орелнефтепродукт» Орловской области. Для участия в акции после указанной покупки клиенту необходимо было заполнить отрывную часть лотерейного билета, выданного клиенту оператором – кассиром, где указать Ф.И.О. клиента и контактный телефон. Основная часть билета оставалась у клиента, отрывная - на АЗК и т.д.» (объяснение имеется в материалах дела, полный текст объяснения приведен на листах №№ 6-7 настоящего решения).

Из указанного следует, что обязательным условием участия в акции (стимулирующей лотереи) «Люблю-дарю», являлось приобретение товара, а

именно:

- 30 литров бензина,
- или 300 литров дизельного топлива,
- или канистра масла «Роснефть максимум» емкостью 4 литра,

после чего потребитель получал лотерейный билет и становился участником указанной акции.

**Таким образом, публикация «Быть лицом к потребителю» с блоком информацией об акции «Люблю-дарю», является в том числе рекламой сообщаемой о проведении стимулирующей лотереи, условием участия в которой является приобретение определенного товара.**

4. В соответствии со статьей 9 Закона «О рекламе» в рекламе, сообщаемой о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должны быть указаны:

- сроки проведения такого мероприятия;
- источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

4.1. В комментарии к статье 9 Федерального закона № 38-ФЗ от 13 марта 2006 года «О рекламе» (М.А. Спиридонова, правовая база «Кодекс») указано, что реклама стимулирующих мероприятий подвергается ограничениям.

Во-первых, в ней необходимо указывать сроки проведения стимулирующего мероприятия. Как правило, рекламная акция стартует гораздо раньше рекламируемого мероприятия. А иногда продолжается и после. Поэтому, чтобы потребитель информации не вводился в заблуждение, из рекламы должно следовать, в какой день оно (мероприятие) начнется и до какого момента будет длиться. Отсутствие указания на один из временных ограничителей может быть рассмотрено как нарушение правил распространения рекламы стимулирующих мероприятий.

Во-вторых, в рекламе должна информация об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения. То есть необходимо сообщить, где потенциальный участник сможет ознакомиться с обязательной для предоставления потребителю информации и правилами участия.

Следующая обязательная информация, источник которой должен быть раскрыт в рекламе, - о правилах стимулирующего мероприятия - совокупность норм, которые устанавливают права и обязанности участников, регулируют ход мероприятия, критерии оценки победителя и иные условия, которые необходимо соблюдать, вступая в состязательный процесс. Непредставление информации о правилах ограничивает права возможных участников, не позволяет правильно оценить свои силы и ориентироваться в происходящем вокруг. Если лицо не ознакомилось с правилами по своей инициативе, это его выбор и решение. Организатор и рекламодатель обязаны обеспечить неограниченному количеству лиц, которые могут попасть в число призеров, равные права и возможности для полноценного участия в соревновании.

В рекламе должно быть сообщено о том, сколько человек могут рассчитывать на получение призов. Масштабы мероприятия, затраты на участие в нем в идеале должны соответствовать шансам на удачу. По крайней мере, участники должны быть поставлены в известность об этих цифрах, чтобы самим их оценить. Кроме того,

указание определенного числа призов в приглашающих слоганах служит гарантией того, что не менее заявленного количества их можно будет потребовать от организатора в случае возникновения равноправных претендентов на выигрыш.

С правом потребителя участвовать в розыгрыше корреспондирует обязанность организатора допустить выполнившего все условия человека к игре. Праву выиграть - обязанность признать победителем достигшего требуемых результатов. Факт победы предполагает право забрать приз и обязанность организатора его отдать по требованию победителя. Отсутствие информации о месте и времени получения выигрыша является препятствием к осуществлению законных прав потребителя, отказ от надлежащего исполнения своих обязательств по договору организатором. Поэтому Закон прямо требует обеспечения потребителей информацией, которая необходима для реализации предоставленных возможностей. В рекламе должен быть указан источник информации о сроках, месте и порядке получения (например, что должен предъявить приз, какие документы заполнить) призов и выигрышей.

4.2. Аналогичная позиция - о том, что в рекламе стимулирующего мероприятия должна присутствовать существенная для потребителя информация, предусмотренная статьей 9 Закона «О рекламе», а именно: о правилах проведения стимулирующего мероприятия, месте, сроках, условиях и порядке получения призов или выигрышей, подтверждается Постановлениями:

- Федерального Арбитражного суда Уральского округа от 27.06.2007г. № Ф09-4826/07-С1 № А34-582/07;

- Федерального Арбитражного суда Северо - Кавказского округа от 11.07.2007г. № Ф08-4226/2007-1674А по делу № А32-3686/2007-19/84-18АЖ.

4.3. В рекламной публикации «Быть лицом к потребителю» сообщаемой, в том числе о проведении стимулирующей лотереи «Люблю- Дарю» отсутствовали сведения, предусмотренные частью 2 статьи 9 Закона «О рекламе», а именно информация об источниках из которых можно было узнать о:

- правилах проведения акции «Люблю-дарю»,
- количестве призов (выигрышей), разыгрываемых в результате стимулирующей лотереи или их перечень;
- сроках получения призов или выигрышей по результатам указанной лотереи.
- месте получения призов или выигрышей по результатам указанной лотереи.
- порядке получения призов или выигрышей по результатам указанной лотереи.

Кроме того, из текста данной публикации потребитель не мог получить полную и необходимую для него вышеперечисленную информацию, в связи с ее отсутствием.

**5.** В соответствии со статьей 3 Закона «О рекламе» **ненадлежащая реклама** - это реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Рекламная информация о стимулирующей лотерее (акция «Люблю-дарю»), распространяемая ЗАО «Орелнефтепродукт» в публикации «Быть лицом к потребителю» в газете «Орловская правда» № 35 от 10.03.2009г., противоречила требованиям части 2 статьи 9 Закона «О рекламе», поскольку в ней отсутствовали сведения перечисленные в п. 4.3. настоящего решения, **т.е. являлась ненадлежащей.**

**6.** В соответствии со статьей 3 Закона «О рекламе»:

- *рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;*

- *рекламопроизводитель* - *лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму;*
- *рекламораспространитель* - *лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств;*

6.1. Из материалов дела следует, что рекламодателем является – ЗАО «Орелнефтепродукт» (данный факт Обществом не отрицается).

Рекламодатель предоставил НП «Редакция газеты «Орловская правда» текст с информацией о проведении стимулирующей лотереи (акция «Люблю-дарю») с фотографиями, для приведения её в готовую для распространения в виде рекламы форму. При этом сведения, перечисленные в п. 4.3. настоящего решения и предусмотренные частью 2 статьи 9 Закона «О рекламе» отсутствовали.

6.2. Рекламопроизводитель - НП «Редакция газеты «Орловская правда», которое привело информацию, предоставленную Общества в готовую для распространения в виде рекламы форму (данный факт Партнерством не отрицается).

Вместе с тем требования статьи 9 Закона «О рекламе» при подготовке рекламы выполнены не были.

6.3. В дальнейшем рекламный макет был сторонами согласован и НП «Редакция газеты «Орловская правда», являясь рекламораспространителем разместило в газете «Орловская правда» рекламную информацию, подготовленную с нарушением требований статьи 9 Закона «О рекламе» (данный факт Партнерством не отрицается).

6.4. Таким образом, нарушение требований законодательства Российской Федерации было допущено со стороны рекламодателя - ЗАО «Орелнефтепродукт» и рекламопроизводителя и рекламораспространителя - НП «Редакция газеты «Орловская правда».

**7.** В соответствии со статьей 38 Закона «О рекламе» ответственность за нарушение статьи 9 Закона «О рекламе» несет рекламодатель, рекламораспространитель и рекламопроизводитель.

**8.** Ответственность за нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем, рекламораспространителем законодательства о рекламе (ненадлежащая реклама) установлена статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

На основании изложенного, и, руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17 августа 2006 г. № 508, Комиссия

#### **Р Е Ш И Л А:**

1. Признать ненадлежащей рекламу стимулирующего мероприятия (акция) под наименованием «Люблю-дарю», распространяемую ЗАО «Орелнефтепродукт» в газете «Орловская правда» № 35 от 10.03.2009 года, поскольку в рекламе были нарушены требования статьи 9 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать предписание ЗАО «Орелнефтепродукт» о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Выдать предписание НП «Редакции газеты «Орловская правда» о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Орловского УФАС России для возбуждения дел об административных правонарушениях, предусмотренных статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении:

4.1. Рекламодателя – ЗАО «Орелнефтепродукт»

4.2. Рекламопроизводителя и рекламораспространителя – НП «Редакции газеты «Орловская правда»

*Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.*

Председатель Комиссии  
Члены Комиссии

Г.М. Дубинина  
Л.И. Тульская  
С.А. Бочков

### ПРЕДПИСАНИЕ

#### по делу № 057-09/04РЗ о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

25.06.2009 г.

г. Орел

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Орловской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии – Г.М. Дубинина, и.о. заместителя руководителя управления;

Члены Комиссии – Тульская Л.И., специалист – эксперт;  
- Бочков С.А. специалист -1 разряда,

на основании своего решения от 25.06.2009г. по делу № 057-09/04 РЗ о признании ненадлежащей рекламы стимулирующего мероприятия (весенней акции - «Люблю-Дарю»), распространяемой **НП «Редакция газеты «Орловская правда»** в газете «Орловская правда» (302000, ГСП, г. Орел, ул. Брестская, д.6), поскольку в ней нарушены требования статьи 9 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

### ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. **НП «Редакция газеты «Орловская правда»** (302000, ГСП, г. Орел, ул. Бресткая, дом,6) прекратить нарушение статьи 9 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.06г. «О рекламе», а именно: прекратить распространять любым способом рекламную информацию о стимулирующих мероприятиях (акциях, лотереях и т.п.) с нарушением требований статьи 9 Федерального закона «О рекламе» - в срок немедленно после получения настоящего предписания.

2. **НП «Редакция газеты «Орловская правда»** представить в Орловское УФАС России, письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания - **в срок до 23 июля 2009года**

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ФАС России (территориальный орган ФАС России) вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить административный штраф на должностных лиц в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьёй 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

Г.М. Дубинина

Члены Комиссии

Л.И. Тульская

С.А. Бочков

**ПРЕДПИСАНИЕ**  
**по делу № 057-09/04РЗ о прекращении нарушения**  
**законодательства Российской Федерации о рекламе**

25.06.2009 г.

г. Орел

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Орловской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии – Г.М. Дубинина, и.о. заместителя руководителя управления;

Члены Комиссии – Тульская Л.И., специалист – эксперт;  
- Бочков С.А. специалист 1 разряда,

на основании своего решения от 25.06.2009г. по делу № 057-09/04 РЗ о признании ненадлежащей рекламы симулирующего мероприятия (весенней акции - «Люблю-Дарю»), распространяемой **ЗАО «Орелнефтепродукт»** (302001, г. Орел, ул. Маяковского, 40) в газете «Орловская правда» № 35 от 13.03.2009 г, поскольку в ней нарушены требования статьи 9 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38 «О рекламе» и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

**ПРЕДПИСЫВАЕТ:**

1. **ЗАО «Орелнефтепродукт»** (302001, г. Орел, ул. Маяковского, 40) прекратить нарушение статьи 9 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.06г. «О рекламе», а именно: прекратить распространять любым способом рекламную информацию о стимулирующих мероприятиях (акциях, лотереях и т.п.) с нарушением требования статьи 9 Федерального закона «О рекламе» в срок немедленно после получения настоящего предписания.

2. **ЗАО «Орелнефтепродук»** представить в Орловское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания - в срок до **23 июля 2009года**

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ФАС России (территориальный орган ФАС России) вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить административный штраф на должностных лиц в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьёй 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

Г.М. Дубинина

Члены Комиссии

Л.И. Тульская

С.А. Бочков