

## РЕШЕНИЕ

по делу № 39/04-17р

Резолютивная часть решения оглашена 26 июня 2017 года

В полном объеме решение изготовлено 29 июня 2017 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председателя Комиссии: <...> – заместителя руководителя – начальника отдела товарных рынков и естественных монополий Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области; Членов Комиссии: <...>.- начальника отдела ФРИР Кировского УФАС России; <...> – специалиста отдела ФРИР Кировского УФАС России;

в отсутствие надлежащим образом уведомленного о дате, месте и времени рассмотрения дела заявителя: физического лица;

в присутствии от лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

<...> - представителя ООО <...>» по доверенности;

<...> - представителя индивидуального предпринимателя <...>

в отсутствие лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе: Общества с ограниченной ответственностью <...>

рассмотрев материалы дела № 39/04-17р по признакам нарушения пункта 1 статьи 9 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (далее Федеральный закон «О рекламе») по факту распространения в рекламном блоке радиопередачи «<...>» 10.02.17г. в 11:33 на радио «<...>» на частоте 101.0 мГц рекламы следующего содержания: «<...>»,

### УСТАНОВИЛА:

В Кировское УФАС России поступило обращение физического лица (вх. № 928 от 13.02.2017) о нарушении, по мнению заявителя, законодательства о рекламе при транслировании 10.02.17г. в период с 11 часов до 11 часов 45 минут радиопередачи «<...>», в которой сообщалось о проведении в городе Кирове фестиваля психологических и коучинговых игр. Вышеуказанная информация, по мнению Заявителя, содержит признаки нарушения части 1 статьи 15 Федерального закона «О рекламе», так как является рекламой и не предваряется сообщением о последующей трансляции рекламы.

При рассмотрении заявления антимонопольным органом признаки нарушения

части 1 статьи 15 Федерального закона «О рекламе» при транслировании радиопередачи «<...>», в которой сообщалось о проведении в городе Кирове фестиваля психологических и коучинговых игр не установлены, поскольку содержание вышеуказанной транслировавшейся передачи не соответствует понятию рекламы, установленному статьей 3 Федерального закона «О рекламе».

Прослушав представленные в управление аудиозаписи, Кировское УФАС пришло к выводу о наличии признаков нарушения п. 1 ст. 9 Федерального закона «О рекламе» при транслировании в рекламном блоке радиопередачи «<...>» 10.02.17г. в 11:33 на радио «<...>» на частоте 101.0 МГц рекламы следующего содержания: «<...>».

Изучив материалы дела, комиссия Кировского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно ст. 3 Федерального закона «О рекламе», рекламой является информация, распространяемая 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. Под объектом рекламирования понимается 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. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, размещенная в рекламном блоке радиопередачи «<...>» в 11:33 на радио «<...>» (свидетельство <...> г.) на частоте 101.0 МГц, адресована неопределенному кругу лиц (слушателям радио), поскольку радиовещание – это технология передачи по радио неограниченному числу слушателей [речи](#), [музыки](#) и других звуковых эффектов или звуковой информации в радиоэфире, также в проводных сетях ([проводное радиовещание](#)) или в сетях с пакетной коммутацией (в компьютерных сетях — [интернет-радио](#)), что делает ее неперсонифицированной, при этом невозможно определить заранее, какие конкретно лица будут выступать в качестве получателя данной информации, не может быть определен и конкретный субъект правоотношений, возникающих по поводу реализации (приобретения) объекта рекламирования.

Информация следующего содержания: «<...>» направлена на привлечение внимания покупателей к объекту рекламирования (стимулирующему мероприятию, проводимому в салонах «<...>»), способствует формированию интереса к рекламируемым товарам и их продвижению на рынке, и по своему содержанию является рекламой.

В соответствии с п. 1 ст. 9 Федерального закона «О рекламе» в рекламе, сообщаемой о проведении конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должны быть указаны сроки проведения такого мероприятия.

В соответствии с абзацем первым статьи 9 Федерального закона «О рекламе» стимулирующим мероприятием является стимулирующая лотерея, конкурс, игра или иное подобное мероприятие, условием участия в которых является приобретение определенного товара.

Исходя из цели проведения стимулирующего мероприятия - побуждения потребителей к совершению пробной или повторной покупки рекламируемого товара в период, ограниченный по времени, для признания рекламы стимулирующим мероприятием необходимо установить такой признак как выполнение его участником обязательного условия - приобретения определенного товара, в рассматриваемом случае - квартиры.

В [пункте 27](#) Постановления Пленум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано, что в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующего мероприятия, должны быть указаны: сроки проведения данного мероприятия, а также источник информации об организаторе мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей, сроках, месте и порядке их получения.

Как следует из разъяснений, данных в [пункте 27](#) постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», нормы статьи 9 Федерального закона «О рекламе» применяются к стимулирующим мероприятиям, условием участия в которых является приобретение определенного товара и которые проводятся на конкурсной основе с розыгрышем призов или получением выигрышей.

Спорная реклама «<...>», направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к мероприятию, условием участия в котором является возможность получения приза - квартиры при условии покупки цветов в сети «<...>», следовательно, реклама является стимулирующим мероприятием и на нее распространяются требования статьи 9 Федерального закона «О рекламе».

При рассмотрении дела установлено, что в спорной рекламной информации отсутствуют сроки проведения рекламируемого стимулирующего мероприятия, следовательно, она размещена с нарушением п. 1 ст. 9 Федерального закона «О рекламе».

Из документов, представленных в материалы дела, а именно: Устава редакции средства массовой информации «<...>», утвержденного генеральным директором ООО «<...>», свидетельства о регистрации средства массовой информации, лицензии на осуществление радиовещания РВ № 26630 от 27.04.2015 г., выданной ООО «<...>», договора на оказание услуг по размещению рекламы от 01.11.2015 г., заключенного между ИП <...> и ООО «<...>», следует, что рекламодателем спорной информации является ООО «<...>».

Таким образом, действия ООО «<...>», выразившиеся в распространении спорной рекламы стимулирующего мероприятия в отсутствие информации о сроках его проведения, не соответствуют требованиям п. 1 ст. 9 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со статьей 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение пункта 1 статьи 9 Закона несет как рекламодатель, так и рекламодателем, так и рекламодателем.

Согласно договору на оказание услуг по изготовлению и размещению информационных материалов № 32 от 09.02.2017 на размещение ролика на радиоканале «<...>», медиа-плану, счету, платежному поручению № 214 от 03.03.2017 Заказчиком (рекламодателем) спорной информации является ООО «<...>».

Таким образом, действия ООО «<...>», выразившиеся в определении спорной рекламы стимулирующего мероприятия в отсутствие информации о сроках проведения стимулирующего мероприятия, не соответствуют требованиям п. 1 ст. 9 Федерального закона «О рекламе».

Из анализа имеющихся в деле документов следует, что нарушение рекламного законодательства произошло по вине ООО «<...>» и ООО «<...>» (рекламодателем).

Учитывая тот факт, что на момент принятия решения в материалах дела отсутствует документальное подтверждение устранения нарушения, Комиссия решила выдать Обществу с ограниченной ответственностью «<...>» и Обществу с ограниченной ответственностью «<...>» предписания о прекращении нарушения рекламного законодательства.

В отношении индивидуального предпринимателя <...> рассмотрение дела прекратить в связи с неподтверждением в его действиях факта нарушения рекламного законодательства.

На основании ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Комиссия считает необходимым передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь ст. 3, ст. 5, ст. 9, ст. 33, ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия,

РЕШИЛА:

1.Признать рекламу следующего содержания: <...>, размещенную в рекламном блоке радиопередачи «<...>» в 11:33 на радио «<...>» на частоте 101.0 МГц, ненадлежащей, так как она противоречит п. 1 ст. 9 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

2.Выдать Обществу с ограниченной ответственностью <...> предписание о прекращении нарушения п. 1 ст. 9 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

3.Выдать Обществу с ограниченной ответственностью <...> предписание о прекращении нарушения п. 1 ст. 9 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

4.В отношении индивидуального предпринимателя <...> рассмотрение дела прекратить в связи с неподтверждением в его действиях факта нарушения рекламного законодательства.

5.Передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении Общества с ограниченной ответственностью «<...>» и Общества с ограниченной ответственностью <...> и их должностных лиц.

*Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, в суд общей юрисдикции в порядке, предусмотренном ст. 131 Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации.*

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>