

## РЕШЕНИЕ

06 мая 2013 г.

г. Улан-Удэ

Дело № 05-12/12-2013

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Бурятия (далее-Комиссия, Бурятское УФАС России) по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

<...>

рассмотрев дело № 05-12/12-2013 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту отсутствия в рекламе «Скидка 20%» существенной для потребителей рекламы информации, а также недостоверной информации о размере скидок в рекламе «Скидка 20%»,

в присутствии:

представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе-индивидуального предпринимателя <...> (юридический адрес: <...>) <...> (доверенность от 10.06.2012);

заявителя-<...> (адрес места жительства: <...>);

УСТАНОВИЛА:

В Бурятское УФАС России в интерактивной форме «обратная связь» поступило обращение физического лица о нарушении требований Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее-Закон о рекламе) в рекламе «Скидка 20%».

Из обращения следовало, что заявленная в рекламе скидка в размере 20 % при реализации товаров в торговых центрах «Вегос-М» и «Ольхон» не соответствует действительности, в подтверждение представлен чек и рекламный буклет.

В ходе предварительного рассмотрения обращения установлено, что реклама о проведении акции «Скидка 20%» в торговых центрах распространялась в эфире телеканала «Ариг Ус», при этом рекламодателем по договору на рекламное обслуживание выступала <...>; согласно представленному физическим лицом чеку установлено, что продавцом товара является также . <...>.

25.04.2013 Бурятским УФАС России в отношении рекламодателя возбуждено дело по признакам нарушения пункта 4 части 3 статьи 5 и части 7 статьи 5 Закона о рекламе, <...> привлечена к участию в рассмотрении дела в качества ответчика, гражданин <...> в качестве заинтересованного лица.

Заседание Комиссии по рассмотрению дела состоялось 29.04.2013.

Гражданин <...> свое обращение поддержал и заявил, что индивидуальный предприниматель нарушил действующее законодательство, поскольку он как потребитель рекламы был введён в заблуждение относительно размера скидок и ассортимента, на который распространяется скидка в размере 20 %.

Представитель <...> с вменяемым нарушением Закона о рекламе не согласилась. Заявила, что в рекламе, распространявшейся на телеканале «Ариг ус» имеется информация о предоставлении скидки в размере 20 % только на отделочные материалы и, более того, об условиях акции потребители имели возможность узнать на местах продаж, что также было заявлено в рекламе.

Комиссия, рассмотрев обстоятельства и материалы дела, установила, следующее.

Реклама следующего содержания: «Тссс...! Не говорите никому в Вегос-М и Ольхоне скидка 20 % на всё! Заставка на экране: «Вегос-М» и «Ольхон» скидка 20 %. Сроки акции: с 19 марта по 30 апреля. Скидка распространяется на отделочные материалы. Предложение ограничено. Условия акции на местах продаж. Закадровый голос: Скидка 20 % на весь ассортимент в «Вегос-М» распространялась на телеканале «Ариг Ус» на основании договора на рекламное обслуживание от 01.04.2012, заключенного между <...> и ЗАО «ТРК» Ариг Ус» и заявки <...> на размещение рекламы в период с 01.04.2013 по 07.04.2013.

В соответствии со статьей 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 продвижение на рынке.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе объектом рекламирования является товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

В силу указанных норм Закона «О рекламе» распространенная реклама акции «Скидка 20%» на телеканале «Ариг Ус» соответствует понятию рекламы, закрепленному в действующем законодательстве.

В соответствии с частью 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо. Установлено, что <...> является продавцом товара и лицом, которое определило объект рекламирования.

Статьей 5 Закона о рекламе установлены общие обязательные требования, предъявляемые к рекламе.

Согласно части 1 статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть достоверной и добросовестной.

Согласно пункту 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и

других условиях приобретения товара.

В силу 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 вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В соответствии с положением о проведении акции «Скидка 20%» (положение утверждено <...>), чтобы стать участником акции необходимо в период с 19 марта по 30 апреля 2013 года приобрести товары на сумму от 10 тысяч рублей в сети магазинов «Вегос-М» и «Ольхон» (п. 1.3 положения); при покупке покупатель получает скидку 20 % на отделочные материалы (п. 2.0 положения), при этом согласно п. 2.2 положения скидка не распространяется на товары с минимальной ценой и товары с ограничением скидки, в т.ч. на некоторые отделочные, сантехнические, строительные материалы и товары для дома, перечень которых приведен в положении.

При анализе содержания рекламного видеоролика установлено, что в рекламе выделена только привлекательная для потребителей рекламы информация о распространении скидки в размере 20 % на весь ассортимент товаров в сети магазинов «Вегос-М» и «Ольхон», при этом данная информация акцентируется в рекламе дважды.

Иные существенные условия рекламной акции, изложенные в положении о ее проведении, фактически в рекламе не оговариваются и для потребителя недоступны в силу непродолжительности трансляции, хотя формально в рекламе присутствуют. Рекламный видеоролик, а также представленный Карповым рекламный буклет не содержит информации о распространении скидки на ограниченный перечень отделочных материалов, не содержит информации о том, что для участия в акции потребителю необходимо приобрести товары на сумму от 10 тысяч рублей, что является существенной информацией для потребителей рекламы.

Потребитель, будучи введенным в заблуждение содержанием рекламы, сделал обоснованный вывод о распространении скидки в размере 20 % на весь без исключения ассортимент товаров, который реализуется в сети магазинов «Вегос-М» и «Ольхон». Таким образом, заявленная в рекламе акции скидка в размере 20 % фактически потребителю при приобретении ни одного из товаров 06.04.2013 не предоставлена, в то время как из содержания рекламы следовало иное.

Нарушение рекламодателем и организатором акции «Скидка 20%» пункта 4 части 3 статьи 5 и части 7 статьи 5 Закона о рекламе посягает на охраняемые федеральным законодательством о рекламе общественные отношения, связанные с правом потребителей на получение достоверной и добросовестной рекламы. Реклама является средством коммуникации продавца с потребителем и отсутствие в ней существенной для потребителя информации привело к искажению её смысла и не позволило гражданину правильно и адекватно воспринять информацию, изложенную в рекламе, а также повлекло несоответствие содержания рекламы положению о проведении акции, которые не должны противоречить.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за

распространение рекламы, не соответствующей требованиям пункта 4 части 3 статьи 5 и части 7 статьи 5 Закона о рекламе возложена на рекламодателя

Руководствуясь [частью 2 пункта 1 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, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу «Скидка 20%», поскольку в ней нарушены пункт 4 части 3 статьи 5 и часть 7 статьи Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать <...> предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Бурятского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном [статьей 14.3](#) Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 06 мая 2013 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном [статьей 198](#) Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации в течение трёх месяцев со дня принятия.

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии <...>

ПРЕДПИСАНИЕ о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

«06» мая 2013 года

г. Улан-Удэ

Дело № 05-121/2-2013

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Бурятия (далее по тексту-Бурятское УФАС России) по рассмотрению дела о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

< ... >

на основании своего решения от 07.05.2013 по делу № 05-12/12-2013 о признании ненадлежащей рекламы «Скидка 20%» 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. < ...> (адрес: < ...> в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: прекратить распространение ненадлежащей рекламы «Скидка 20 %» в средствах массовой информации, на рекламных конструкциях в наружной рекламе, в местах продаж и т.д.

2. < ...> представить в Бурятское УФАС России письменные доказательства исполнения [пункта 1](#) настоящего предписания в течение двух дней со дня исполнения.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Бурятское УФАС России вправе в соответствии с [пунктом 2 статьи 19.5](#) Кодекса Российской

Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от пятидесяти до ста минимальных размеров оплаты труда; на юридических лиц - от двух тысяч до пяти тысяч минимальных размеров оплаты труда.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном [статьей 198](#) Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии < ...>

Члены Комиссии < ...>