

ООО «АФИ РУС»

121059, г. Москва,
ул. Бережковская наб., д. 16а, стр. 5

ООО РА «Информ Экспресс»

119334, г. Москва,
5-й Донской пр-д, д. 15, стр. 4

ЗАО «Издательство Семь дней»

125993, г. Москва,
Волоколамское ш., д. 4, корп. 24

РЕШЕНИЕ

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «10» мая 2016 года.
В полном объеме решение изготовлено «30» июня 2016 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России) в составе:

председателя Комиссии – И.С. Гудковой,
членов Комиссии – П.В. Олейника, Н.С. Уваровой,

рассмотрев дело № 3-9-64/77-16 по признакам нарушения ООО «АФИ РУС», ЗАО «Издательство Семь дней» пункта 1 статьи 9 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в размещение рекламы стимулирующего мероприятия без указания сроков его проведения,

в присутствии представителей ООО «АФИ РУС» в лице Расторгуевой М.В., Мясоедовой Е.В. (по доверенности № б/н от 26.04.2016), ЗАО «Издательство СЕМЬ ДНЕЙ» в лице Тимофеевой И.А. (по доверенности б/н от 10.05.2016), ООО «Рекламное агентство «Информ Экспресс» в лице Шкваря С.В. (по доверенности б/н от 05.08.2015),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-9-64/77-16 возбуждено на основании заявления физического лица по факту размещения в журнале «Семь дней ТВ-программа» № 33 за 17-23 августа 2015 рекламы стимулирующего мероприятия, проводимого ООО «АФИ РУС», содержащей признаки нарушения Закона о рекламе.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

ООО «АФИ РУС» (адрес: 121059, г. Москва, ул. Бережковская наб., д. 16а, стр. 5) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 22.06.2004 за основным государственным регистрационным номером 1047796448325, ИНН 7703521521, КПП 773001001.

ООО РА «Информ Экспресс» (адрес: 119334, г. Москва, 5-й Донской пр-д, д. 15, стр. 4) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 22.12.2010 за основным государственным регистрационным номером 5107746046436, ИНН 7726667887, КПП 772501001.

ЗАО «Издательство Семь дней» (адрес: 125993, г. Москва, Волоколамское ш., д. 4, корп. 24) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 05.12.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027700497109, ИНН 7703038770, КПП 774301001.

Согласно пункту 1 статьи 3 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, объектом рекламирования является товар, средство 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.

В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе, товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В соответствии со статьей 9 Закона о рекламе, под стимулирующим мероприятием понимается конкурс, игра или иное подобное мероприятие, условием участия в котором является приобретение определенного товара.

Спорная реклама содержала следующие сведения: «Торгово-

развлекательный центр «АФИМОЛЛ-Сити» Покупай сейчас — выиграй дом! Розыгрыш призов: 21 августа; 3 дома мы подарили. Остался 1 дом! Скачай мобильное приложение «Афимолл Сити», Москва-Сити, Пресненская наб., д. 2, м. Выставочная, м. Деловой центр», а также пометку «Реклама» и дополнительную информацию, выполненную мелким шрифтом: «Информацию об организаторе акции, сроках и правилах ее проведения, количестве подарков, месте и порядке получения можно узнать на сайте www.afimall.ru».

Исходя из содержания, целью размещения указанных сведений является привлечение внимания потребителей к продукции, реализуемой в магазинах торгово-развлекательного центра «АФИМОЛЛ-Сити», посредством привлечения к участию в розыгрыше призов, обозначенных в рекламе, а также к торговому центру в целом.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Журнал «СЕМЬ ДНЕЙ ТВ-ПРОГРАММА» зарегистрирован в качестве печатного средства массовой информации (свидетельство ПИ № ФС77-28327), территорией распространения которого является вся территория Российской Федерации и зарубежные страны.

Таким образом, установлено, что журнал «СЕМЬ ДНЕЙ ТВ-ПРОГРАММА» является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по территории распространения и кругу лиц-потребителей рекламы, Комиссией Московского УФАС России не установлено.

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация содержит объекты рекламирования, распространялась неопределенному кругу лиц и, исходя из содержания, направлена на привлечение внимания потребителей к объектам рекламирования, а следовательно, является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.

Согласно статье 5 Закона о рекламе, в рекламе, сообщающей 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, а также источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Согласно Письму ФАС России от 01.10.2009 № АК/34209 «О разъяснении некоторых положений Федерального закона «О рекламе», из приведенных норм следует, что реклама стимулирующего мероприятия в любом случае должна содержать указание на сроки проведения такого мероприятия и источник

необходимой информации, в то же время требования об указании в полном объеме иных сведений о данном мероприятии Закон о рекламе не устанавливает.

В соответствии с пунктом 1.1 Правил проведения и условий участия в акции «Нам 4 года — вам 4 дома!» (далее — Правила), акция направлена на стимулирование к реализации всего ассортимента товаров магазинов, расположенных в Торгово-развлекательном центре «АФИМОЛЛ Сити».

По мнению ООО «Рекламное агентство «Информ Экспресс», рассматриваемая реклама не является рекламой стимулирующего мероприятия, а следовательно не нее не распространяются требования статьи 9 Закона о рекламе.

Как утверждает Общество, главным условием отнесения акции к такому мероприятию является то, что условием участия в такой акции будет приобретение определенного товара. В данном случае условием участия в акции «Нам 4 года — Вам 4 дома» является приобретение любого товара (любых товаров) и/или услуг в любом магазине или ресторане, расположенных в торгово-развлекательном центре «АФИМОЛЛ Сити», а не конкретно обозначенного (определенного) товара.

Однако Комиссия Московского УФАС России отмечает, что использование в статье 9 Закона о рекламе слова «определенный» по отношению к товару, который необходимо приобрести для участия в рекламируемом стимулирующем мероприятии, связано с ограничением такого товара от всей совокупности товаров, имеющих в гражданском обороте. При этом ограничение таких товаров может осуществляться любым возможным способом, как например территория распространения, приобретение у конкретного распространителя, на определенном сайте, в определенном магазине, приобретение товара с нанесенным на него определенным логотипом либо товара определенной марки и т. п.

В данном случае ограничение товара, приобретая который, лицо потенциально может стать участником рекламируемой акции, происходит посредством указания места приобретения товара (любой магазин торгово-развлекательного центра «АФИМОЛЛ Сити»).

Таким образом, Комиссия приходит к однозначному выводу о том, что в данном случае товар, необходимый к приобретению, был достаточно определен, чтобы рекламируемое мероприятие считалось стимулирующим.

Довод ООО «Рекламное агентство «Информ Экспресс» относительно отсутствия заинтересованности ООО «АФИ РУС» в самом приобретении товаров в рамках акции, так как Общество является только арендодателем торговых площадей, отклонен Комиссией как необоснованный.

Комиссия отмечает, что заинтересованность лица, которое определило объект рекламирования, не является обязательным условием для признания такого лица рекламодателем рассматриваемой рекламы.

Между тем, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, что у Общества присутствует заинтересованность в стимулировании приобретения

потребителями товаров на территории торгово-развлекательного центра «АФИМОЛЛ Сити», владельцами которого является ООО «АФИ РУС», так как Общество привлекая потребителей к товарам, реализуемым на территории центра, поддерживает спрос арендаторов на торговые площади в данном торгово-развлекательном центре. Однако, в данном случае, по мнению Комиссии, приведенный довод не имеет отношения к предмету рассматриваемого дела, так как не влияет на событие самого правонарушения.

Правилами акции, в соответствии с разделом 3, установлены следующие сроки проведения акции: общий срок проведения акции — с 01 мая 2015 года по 21 августа 2015 года включительно. Даты определения обладателей призов акции: 23 мая 2015 года, 26 июня 2015 года, 24 июля 2015 года, 21 августа 2015 года.

При этом, в соответствии с разделом 5 Правил, общий срок проведения акции делится на 4 периода: с 00:00 01.05.2015 до 16:00 23.05.2015 (розыгрыш 23.05.2015); с 00:00 27.05.2015 до 16:00 26.06.2015 (розыгрыш 26.06.2015); с 00:00 27.06.2015 до 16:00 24.07.2015 (розыгрыш 24.07.2015); с 00:00 25.07.2015 до 16:00 21.08.2015 (розыгрыш 21.08.2015).

Для участия в акции необходимо совершить следующие действия, предусмотренные пунктом 5.1 Правил:

- совершить покупку любого товара (любых товаров) и/или услуг в любом магазине или ресторане (за исключением магазинов и ресторанов, не участвующих в акции, указанных в пункте 1.2 Правил) на общую сумму от 10 000 рублей (чеки за покупки/услуги, совершенные в течении соответствующего периода суммируются, при этом минимальная сумма одного чека должна составлять 500 рублей);
- загрузить эти чеки (в течении 72 часов с момента совершения покупки) в мобильное приложение Afimall;
- получить в мобильном приложении Afimall доступ к специальному комплименту «Дом в подарок», дающему право на участие в акции, для чего общее количество накопленных баллов должно быть не менее 20;
- активировать в мобильном приложении Afimall комплимент «Дом в подарок», используя код активации, указанный в тексте комплимента;
- сохранить входящее смс-сообщение от отправителя Afimall, содержащее код подтверждения;
- в дни проведения процедуры определения обладателей призов 23.05.2015, 26.06.2015, 24.07.2015, 21.08.2015 присутствовать лично в месте проведения процедуры определения обладателей призов в торгово-развлекательном центре «АФИМОЛЛ Сити».

Исходя из текста рекламы, приведенного выше, рассматриваемая реклама касалась периода проведения акции с 00:00 25.07.2015 до 16:00 21.08.2015 (розыгрыш 21.08.2015). Таким образом, исходя из совокупности сведений о проводимом стимулирующем мероприятии для участия в розыгрыше призов 21.08.2015 необходимо совершить покупки в торгово-развлекательном центре «АФИМОЛЛ Сити» на общую сумму не менее 10 000 рублей. При этом сумма

одного чека не может быть менее 500 рублей, а сумма чеков складывается только за определенный период (с 00:00 25.07.2015 до 16:00 21.08.2015). Далее необходимо зарегистрировать эти чеки с помощью приложения Afimall и присутствовать в день проведения розыгрыша в самом торговом центре.

При этом, как указано выше, в спорной рекламе была указана лишь дата проведения финального розыгрыша призов, но не весь срок проведения стимулирующего мероприятия, а равно период времени, за который суммируются чеки.

Таким образом, размещение рекламы без указания такого периода фактически лишает лицо, воспринимающее данную рекламу, информации, необходимой для участия в акции.

По мнению ООО «АФИ РУС», в действиях Общества отсутствуют признаки нарушения пункта 1 статьи 9 Закона о рекламе в связи с тем, что в самой рекламе была ссылка на сайт, где можно было получить исчерпывающую информацию о рекламируемой акции.

В обоснование своего довода ООО «АФИ РУС» ссылается на пункт 27 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58, а именно на тот факт, что согласно содержащейся в нем позиции, требования статьи 9 обязывают рекламодателя сообщать не саму информацию об организаторе стимулирующего мероприятия и так далее, а источник этой информации (например, адрес интернет-сайта, номер телефона, по которому можно получить информацию).

Однако, Комиссия Московского УФАС России не может принять данный довод во внимание, так как исходя из текста самого постановления, в данном пункте не идет речь о сроках проведения рекламируемого стимулирующего мероприятия.

Исходя из диспозиции нормы, устанавливающей требования к рекламе стимулирующих мероприятий, обязательными для указания в рекламе являются два элемента: срок проведения стимулирующего мероприятия и источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения. Данные элементы не являются взаимозаменяемыми и отсутствие одного из них при наличии другого не исключает факт нарушения нормы Закона о рекламе.

Также ООО «АФИ РУС» указывает на тот факт, что в рекламе содержится дата проведения розыгрыша, а именно «21 августа». По мнению Общества, отсутствие в данном случае указание на год проведения розыгрыша не мог ввести потребителя в заблуждение, так как период распространения журнала и сам текст рекламы создает четкое впечатление о том, что речь идет именно о текущем годе, а не о будущем.

Комиссия Московского УФАС России оценила вышеизложенный довод ООО «АФИ РУС» и согласна с тем, что отсутствие в рассматриваемой рекламе указания на год проведения розыгрыша не может стать причиной введения в заблуждения лица-потребителя рекламы. Однако, Комиссия также отмечает, что

озвученный довод Общества не исключает наличия в спорной рекламе нарушения пункта 1 статьи 9 Закона о рекламе, так как в данном случае претензии антимонопольного органа в первую очередь направлены на отсутствие в рекламе полных сроков проведения акции, а не исключительно на отсутствия указания на год проведения розыгрыша.

Такие требования законодательства Российской Федерации о рекламе направлены, в первую очередь, на соблюдение прав лиц-потребителей рекламы. А следовательно, спорная реклама подлежит оценке с точки зрения обычного потребителя, не обладающего какими-либо специальными знаниями.

Отсутствие в рекламе обязательных для соблюдения сроков совершения покупок могут ввести лиц-потребителей такой рекламы в заблуждение и выступить фактором, препятствующим участию в акции.

Так, например, сумма чеков может быть более 10 000 рублей, однако некоторые покупки при этом были совершены за пределами периода проведения акции (до 25.07.2015). В этом случае такие чеки не будут учитываться при суммировании всех покупок, и лицо лишится возможности участия в акции.

Согласно вышеизложенным фактам, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, что рекламируемое мероприятие по своей природе и сущности является стимулирующим мероприятием, а следовательно реклама такого мероприятия должна соответствовать требованиям статьи 9 Закона о рекламе, в частности требования об указании на сроки его проведения.

Однако, исходя из содержания рекламного макета, в данном случае отсутствовала информация о сроках проведения рекламируемого стимулирующего мероприятия, которые составили период времени с 25 июля по 21 августа (до 16:00).

По мнению Комиссии, сведения до потребителя рекламы доведены не в надлежащей форме и могут привести к утрате важной для потенциального участника стимулирующего мероприятия информации.

Комиссией Московского УФАС России установлено, что размещение спорной рекламы осуществлялось в журнале «Семь дней ТВ-программа» № 33 за 17-23 августа 2015 рекламы, учредителем и издателем журнала «Семь дней ТВ-программа» является ЗАО «Издательство Семь дней», что подтверждается копией свидетельств о регистрации средства массовой информации, представленной в материалах дела, а также выходными данными журналов.

На основании представленных в материалах настоящего дела документов установлено, что спорная реклама распространялась на основании последовательно заключенных договоров: Договор № 11/03-639 от 11.03.2014, заключенный между ЗАО «Издательство СЕМЬ ДНЕЙ» и ООО «Рекламное агентство «Информ Экспресс» (Договор 1); Договор № 022АФР-14 от 09.04.2014, заключенный между ООО «Рекламное агентство «Информ Экспресс» и ООО «АФИ РУС» (Договор 2).

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является изготовитель или продавец товара, либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно пункту 1.2 Договора 2, ООО «АФИ РУС» поручает, а ООО «Рекламное агентство «Информ Экспресс» принимает на себя обязательство оказать услуги (совершить юридически значимые действия) по организации изготовления рекламной продукции и/или размещения рекламно-информационных материалов ООО «АФИ РУС» в средствах массовой информации и иных рекламносителях в порядке, предусмотренном Договором 2 и приложениями к нему.

На основании изложенного и учитывая то обстоятельство, что размещение спорной рекламы в журнале «GLAMOUR» № 9 за сентябрь 2014 года осуществлялось в интересах и по заказу ООО «АФИ РУС», Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что рекламодателем спорной рекламы является ООО «АФИ РУС».

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является лицо осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодателем является лицо, осуществляющее фактическое доведение содержания объекта рекламирования до сведения потребителей.

На основании изложенного и принимая во внимание вышеизложенные обстоятельства распространения рассматриваемой рекламы, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что рекламодателем спорной рекламы является ЗАО «Издательство Семь дней».

Согласно части 6-7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных статьей 9 Закона о рекламе несут как рекламодатель, так и рекламодатель.

Довод ЗАО «Издательство СЕМЬ ДНЕЙ» относительно отсутствия в действующем законодательстве норм, обязывающих распространителя рекламы проверять наличие сведений о стимулирующем мероприятии на сайте, который указан в рекламе в качестве источника информации о таком стимулирующем мероприятии, Комиссия отклоняет как необоснованный.

Принимая на себя риски ведения определенной предпринимательской деятельности, в данном случае — размещение в издаваемом Обществом журнале рекламных материалов, хозяйствующий субъект берет на себя ответственность за несоблюдение при осуществлении такой предпринимательской деятельности в выбранном им сегменте действующего законодательства Российской Федерации. В данном случае, Законом о рекламе четко разграничена ответственность субъектов за нарушение требований законодательства к рекламе, в частности, установлено за нарушение каких конкретно норм данного закона несет ответственность рекламодатель.

В целях защиты своих прав и соблюдения рекламодателем установленных Законом о рекламе требований, статьей 13 названного закона ему предоставляется право запрашивать у рекламодателя информацию, подтверждающую соответствие рекламы требованиям закона. В свою очередь данному праву корреспондируется обязанность рекламодателя такую

информацию представить.

В данном случае, в качестве нарушения рассматривается не отсутствие информации о сроках проведения стимулирующего мероприятия на сайте, который указан в рекламе в качестве источника такой информации, а отсутствие таких сведений в рекламе как таковых.

Таким образом, ЗАО «Издательство СЕМЬ ДНЕЙ» не представлено в адрес Московского УФАС подтверждений невозможности перед размещением рекламы в журнале удостовериться в соответствии такой рекламы законодательству Российской Федерации, в том числе учитывая тот факт, что за выявленное нарушение, рекламодатель несет ответственность наравне с рекламодателем.

Таким образом, в действиях ЗАО «Издательство Семь дней», ООО «АФИ РУС» при распространении рекламы стимулирующего мероприятия, проводимого ООО «АФИ РУС», в журнале «Семь дней ТВ-программа» № 33 за 17-23 августа 2015 установлен факт нарушения пункта 1 статьи 9 Закона о рекламе.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пусть и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

Также, в дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на основании которых рассматриваемая реклама размещалась.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, не является мерой ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ЗАО «Издательство Семь дней», ООО «Рекламное агентство «Информ Экспресс», ООО «АФИ РУС» предписаний о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе.

Согласно письменным пояснениям ЗАО «Издательство Семь дней» и выходным данным рассматриваемого печатного издания, день начала распространения тиража журнала «Семь дней ТВ-программа» № 33 за 17-23 августа 2015 (дата выхода в свет) — 12.08.2015.

Руководствуясь пунктом 2 части 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 законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать ООО «АФИ РУС», ООО «Издательство СЕМЬ ДНЕЙ» нарушившими пункт 1 статьи 9 Закона о рекламе при распространении в журнале «Семь дней ТВ-программа» № 33 за 17-23 августа 2015 ненадлежащей рекламы стимулирующего мероприятия, проводимого ООО «АФИ РУС».

2. Выдать «АФИ РУС», ООО «Рекламное агентство «Информ Экспресс», ООО «Издательство СЕМЬ ДНЕЙ» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передавать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, статьей 37 Закона о рекламе.

Председатель Комиссии

И.С. Гудкова

Члены Комиссии

П.В. Олейник

Н.С. Уварова