



**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ**

148, г. Тюмень, ул. Холодильная, 58а
5

тел. 50-

РЕШЕНИЕ №Р17/03-5

11.04.2017 г.

г. Тюмень

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

Председатель Комиссии:	<...>	- и.о. заместителя руководителя управления;
Члены Комиссии:	<...>	- заместитель начальника отдела КСЗ;
	<...>	- главный специалист- эксперт отдела КСЗ,

рассмотрев дело № Р17/03-5, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы в общественно-информационном журнале «<...> деловой журнал» № 2/29 июль – август 2016 на стр. 57,

в отсутствии представителя ООО «Ф» (уведомлено надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

Тюменским УФАС России в соответствии со статьей 33 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.06 №38-ФЗ (далее - Закон о рекламе), в соответствии с Положением о государственном надзоре в области рекламы, утвержденным Постановлением правительства РФ № 1346 от 20.12.2012 г., в рамках реализации полномочий антимонопольного органа по государственному надзору за соблюдением законодательства РФ о рекламе был выявлен факт размещения рекламы, в которой содержатся признаки нарушения требований рекламного законодательства в общественно-информационном журнале «<...> деловой журнал» № 2/29 июль – август 2016 на стр. 57, следующего содержания: «Покупаем карты фитнес-клубов. Дорого. Тел. <...> fitness center F Подробности и условия предложения по телефону <...> или на сайте <...>».

Определением №Р17/03-5 от 11.01.2017г. было возбуждено дело №Р17/03-5 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Комиссия, исследовав имеющиеся материалы дела, пришла к следующим выводам.

Согласно статье 3 Закона о рекламе, *рекламой* является 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; *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; *ненадлежащая реклама* - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Независимо от формы или используемого средства распространения, реклама должна быть распознаваема без специальных знаний или без применения технических средств непосредственно в момент ее представления именно как реклама.

Таким образом, признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке,

сформировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

В данной рекламе, размещенной в общественно-информационном журнале «<...> деловой журнал» № 2/29 июль – август 2016 на стр. 57, следующего содержания: «Покупаем карты фитнес-клубов. Дорого. Тел. <...> fitness center F Подробности и условия предложения по телефону <...> или на сайте <...>», информация направлена на привлечение внимания **потребителей** именно к **услугам, оказываемым фитнес центром «F», а так же непосредственно к самому фитнес центру «F».**

Таким образом, информация, размещенная в общественно-информационном журнале «<...> деловой журнал» № 2/29 июль – август 2016 на стр. 57, соответствует понятию, изложенному в ст. 3 Федерального закона «О рекламе» и **является рекламной, где объектом рекламирования являются услуги, оказываемые фитнес центром «F», а так же непосредственно сам фитнес центр «F».**

В соответствии с п. 4 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, недостовойной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

Под воздействием рекламы потребитель зачастую руководствуется эмоциями, а не объективными достоинствами или недостатками рекламируемого товара, соответственно сообщаемая в рекламе информация об объекте рекламирования должна быть достоверной, правдивой.

Кроме того, частью 7 статьи 5 Закона о рекламе, предусмотрено, что не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условии его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Рассматриваемая реклама ООО «Ф» направлена на формирование у потребителей желания воспользоваться предоставляемой услугой. В таком случае, существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой. Тем самым, отсутствие какой-либо части информации о предоставляемых услугах не должно приводить к искажению смысла

рекламы и способствовать введению в заблуждение потребителей имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми услугами.

Указание в рекламе существенной информации о рекламируемом товаре, об условии его приобретения или использования является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей.

Указанные нормы права приняты в интересах потребителя с целью формирования у него правильного (неискаженного и относительно полного) представления о рекламируемом объекте (услуге).

Как следует из спорной рекламы, фитнес - центр «Ф» предлагает услуги по приобретению у потребителей карт фитнес - клубов.

Вместе с тем, как установлено актом осмотра интернет-сайта указанного в рекламе от 12.10.2016г. фитнес - центр «Ф» меняет карту любого фитнес - клуба города Тюмени на свои карты класса Platinum, Gold и карт сроком 12 месяцев и предоставляет в подарок от 1 – 3 мес. занятий. При этом предложение действует только для новых клиентов, при покупке карты по прайсу и при 100 % оплате.

Таким образом, реклама содержит не соответствующие действительности сведения об условиях приобретения товара и вводит в заблуждение потребителей рекламы, поскольку из спорной рекламы следует предложение о покупке у потребителей карт фитнес – клубов, а в действительности происходит обмен карт фитнес – клубов города на карты фитнес – центра «ФитБери» с предоставлением в подарок от 1 до 3 месяцев занятий и отсутствует часть существенной информации о том, что предложение действует только для новых клиентов, при покупке карты и 100 % оплате.

Учитывая вышеизложенное, рассматриваемая реклама содержит нарушение требований пункта 4 части 3, части 7 статьи 5 Закона о рекламе, а именно: в ней отсутствует часть существенной информации, содержит не соответствующие действительности сведения об условиях приобретения рекламируемого товара, так как при этом искажается смысл информации и вводится в заблуждение потребители рекламы.

В соответствии с ч. 4 ст. 38 Закона «О рекламе», нарушение рекламоадателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства РФ о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с

законодательством РФ об административных правонарушениях.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований п. 4 ч. 3, ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе несет рекламодаделец.

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

Как установлено материалами дела (договор оказания рекламных услуг № 1233 от 10.01.2016г.), рекламодателем вышеуказанной рекламы является ООО «Ф» (<...>) как лицо, определившее объект рекламирования, содержание рекламы.

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.

Вместе с тем, ответчиком не представлено документальных доказательств о прекращении размещения рекламы без части существенной информации об условиях приобретения рекламируемого товара.

На основании изложенного, Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи ООО «Ф» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42, 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, размещенную в общественно-информационном журнале «<...> деловой журнал» № 2/29 июль – август 2016 на стр. 57, следующего содержания: «Покупаем карты фитнес-клубов. Дорого. Тел. <...> fitness center F Подробности и условия предложения по телефону <...> или на сайте <...>», **ненадлежащей**, поскольку в ней нарушены требования п. 4 ч. 3, ч. 7 ст. 5 Федерального закона от 13.03.06 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «Ф» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

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

Решение изготовлено в полном объеме _____ года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель комиссии

<...>

Члены комиссии

<...>

<...>