

Реклама в профиль и в ФАС

## НЕ ПРОИГРАЙ ЗАВЕТНЫЙ ВЫИГРЫШ

Классика жанра — обещание в рекламе выигрыша, исполнения самых заветных материальных желаний и возможности исполнять любые капризы. Сейчас только ленивая компания не проводит акции и розыгрыши.

Федеральный закон «О рекламе» регулирует столь важный вопрос, как рекламу проведения стимулирующих мероприятий (статья 9 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе»).

Обязательным условием для признания мероприятия (лотереи, конкурса, игры, акции, иного) является приобретение определённого товара и возможность получения выигрыша (приза, подарка). В подобной рекламе должны быть указаны сроки проведения, а также ис-

**В рекламе лотереи и иных стимулирующих мероприятий должны быть указаны сроки проведения и источник получения информации о них!**

точник информации о сроках проведения, об организаторе акции, правилах её проведения, о количестве призов или выигрышей, о сроках, месте и порядке получения призов.

Необходимо учитывать, что закон «О рекламе» обязывает 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).

В мае этого года управление Федеральной антимонопольной службы по Томской области

оштрафовало ООО «Торговый дом «Ронкс» за незаконную рекламу. Реклама о проведении юбилейной лотереи с розыгрышем 15 путёвок на двоих в Таиланд распространялась на борту транспортного средства, в котором перевозился товар. При этом в сообщении отсутствовали сроки проведения лотереи. Кроме того, сайт магазина, указанный в рекламе в качестве источника информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения,

не содержал всех необходимых сведений.

Штраф для ООО «ТД «Ронкс» составил 100 тысяч рублей. Данное постановление антимонопольного органа было оспорено в Арбитражном суде Томской области. Суд подтвердил законность наложенного штрафа.

Обращаем внимание, что мероприятие, по условиям которого одинаковые подарки предоставляются абсолютно всем лицам, совершившим покупку, не подпадает под понятие стимулирующего мероприятия. На рекламу таких мероприятий (скидки, подарки всем), условие участия в которых не подразумевает раздачу подарков, призов, бонусов на конкурсной основе с их розыгрышем или получением

выигрышей, не распространяются требования статьи 9 закона «О рекламе». Такой подарок, предоставленный всем лицам, совершившим покупку, может рассматриваться как часть стоимости товара, возвращённая покупателю.

Главное, чтобы реклама о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидки, тарифов и других условиях приобретения товара была достоверной. Недостоверная реклама, в соответствии с федеральным законом «О рекламе», не допускается.

**Управление  
Федеральной антимонопольной службы  
по Томской области.**

пр. Ленина, 111, г. Томск,  
634069.  
Тел. 515-061,  
e-mail: to70@fas.gov.ru