

13 октября 2010 года г. Волгоград

Резолютивная часть решения оглашена 01 октября 2010 г.
Решение изготовлено в полном объеме 13 октября 2010 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:
председатель Комиссии - заместитель руководителя Управления
член Комиссии – начальник отдела защиты конкуренции и контроля за рекламой
член Комиссии – старший государственный инспектор отдела защиты конкуренции и контроля за рекламой
член Комиссии – государственный инспектор отдела защиты конкуренции и контроля за рекламой
рассмотрев дело № 10-03-16-02/365, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы, размещенной в печатном издании – журнале «Теленеделя. Для всей семьи» в Волгограде за 12-18 июля 2010 года,
с участием представителя ООО «Телегазета»
в присутствии: директора ООО «Телегазета»

УСТАНОВИЛА:

31 августа 2010 года Председателем Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе по собственной инициативе возбуждено дело № 10-03-16-02/365 по признакам нарушения статьи 16 ФЗ РФ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006г. (ФЗ «О рекламе») по факту распространения в печатном издании «Теленеделя. Для всей семьи» в Волгограде (далее журнал «Теленеделя») за 12-18 июля 2010 года рекламы без сопровождения пометки «реклама» или пометкой «на правах рекламы».

Согласно письменным объяснениям генерального директора ООО «Телегазета», нарушений законодательства о рекламе в печатном издании – журнале «Теленеделя» за 12-18 июля 2010 года на стр. 56, 58, 59 в выпуске № 27 (578) не было.

Изучив имеющиеся материалы дела, выслушав объяснения представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, Комиссия пришла к следующим выводам:

Специалистами Волгоградского УФАС России был проведен мониторинг рекламы, размещенной в выпуске № 27 (578) журнала «Теленеделя для всей семьи» за 12-18 июля 2010 года.

По результатам проведенного мониторинга установлено следующее:

- на странице № 56 данного печатного издания размещена информация о совместном фотоконкурсе «Повелитель стихий» журнала «Теленеделя» и кинотеатра «Синема парк».

На данной странице размещена информация о возможностях участников фотоконкурса, которыми могут стать любые лица, приславшие в период с 7 по 31 июля 2010 года фотографии на тему «Повелитель стихий» в четырех номинациях: Огонь, Вода, Воздух и Земля, на электронный адрес pr@vlg.teleweek.ru, после чего победители ждут подарки. Однако, в названной информации отсутствует пометка «Реклама» или «На правах рекламы».

Как следует из объяснений генерального директора ООО «Телегазета», данная информация представляет собой сведения о конкурсе, инициатором и организатором которого выступило ООО «Телегазета». Организатор представляет свои каналы связи (электронный ящик, телефонный номер <...> для осуществления коммуникаций с читателями – участниками конкурса. Конкурс организован на основании «Брифа на проведение конкурса в журнале «Теленеделя» от 1 июля 2010 г., утвержденного Генеральным директором ООО «Телегазета». Согласно брифу, подарки победителям конкурса предоставляет филиал ЗАО «Синема парк» в г.Волгограде.

Однако, информация о конкурсе ярко выделяется среди прочей, размещенной на этой же странице журнала (афиша, новинки кино, в том числе сведения о фильме «Повелитель стихий»). Акцентируется внимание на торговых марках «Синема парк» и «Теленеделя», что подтверждается свидетельствами на товарный знак, имеющиеся в материалах дела.

Конкурсу задана определенная тематика: четыре стихии. Данная тематика, исходя из содержания рассматриваемого сообщения, так или иначе, отсылает читателя к художественному фильму «The last airbender» («Повелитель стихий»), который и задаёт тему конкурса. В так называемом объявлении использованы образы, присутствовавшие на афишах данного фильма (см. сайт <http://images.yandex.ru/yandsearch?ed=1&rt=simage&text=%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D0%BB%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%20%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%85%last-airbender-20100315020208518.jpg&site=fake-041-97355.ru&p=2>). И здесь же указывается кинотеатр, в котором этот фильм можно посмотреть.

Следовательно, объектом рекламирования в данной информации являются журнал «Теленеделя» и кинотеатр «Синема парк», а также фильм «The last airbender» («Повелитель стихий»).

- на странице № 58 этого же печатного издания размещена рекламная информация, оформленная красной рамкой, о продаже металлической кровати «Андромеда» в магазинах «МебелОн» по цене 19 360 рублей. В нижнем левом углу имеется пометка «Реклама». Рядом с ней размещена информация, оформленная синей рамкой, об ортопедическом матрасе «Natural Field» фирмы «За ма тра сом» с текстом следующего содержания: «Для ценителей комфорта. Матрас ортопедический «Natural Field». Хлопковый жаккард на синтепоне. Двойной слой латекса. Кокосовая плита. Войлок. Пружинный блок. Пенополиуретан. Двойной слой кокосовой плиты». В данной информации отсутствует пометка «Реклама» или «На правах рекламы». Оба рассматриваемые рекламные сообщения (о кровати и о матрасе) нельзя расценить как одну рекламу, поскольку различаются не только по объекту рекламирования, но и по организациям («МебелОН» и «За ма тра сом»), представляющие указанные товары.

Согласно письменным объяснениям генерального директора ООО «Телегазета», макет «Редкая кровать, ортопедический матрас» площадью 1/2 полосы не является разными рекламными сообщениями, а должна расцениваться как один макет, который сопровождается пометкой «реклама», согласно законодательства о рекламе.

Довод том, что это единый макет, заказанный одним и тем же рекламодателем, не может быть принят Комиссией по следующим основаниям.

Определяя, что такое реклама, законодатель исходит не от количества рекламодателей, наличия денежной выгоды для рекламодателя, а от объекта рекламирования. В рассматриваемом случае внимание потребителя привлекается к отдельному объекту: матрас фирмы «За ма тра сом». Исходя из оформления двух рекламных сообщений (разделенных рамками, выполненными разными цветами) нельзя сделать вывод о том, что в одних и тех же магазинах можно приобрести оба из указанных товаров (кровать, матрас), поскольку указаны различные фирмы, различные адреса, телефоны и сайты.

Соответственно, объектом рекламирования является продукция фирмы «За ма тра сом» - матрас.

- на странице № 59 данного печатного издания размещена информация о косметических средствах с указанием на конкретные наименования («Липел» - крем антиперспирант, «Vichy» - дезодорант, «L'Occitane» - пудра для тела, «Dr.Hauschka» - шариковый дезодорант), при этом в ней содержатся сведения о свойствах данных средств и указана их стоимость, где также не имеется

пометки «Реклама» или «На правах рекламы».

Как следует также из письменных объяснений ООО «Телегазета», рубрика «Здоровая жизнь» не является рекламным материалом и, соответственно, требования ФЗ «О рекламе» на нее не распространяются.

Однако, рассматриваемое информационное сообщение выделено отдельно в рамку, отличается от общего текста, к которому приурочено. Авторы не просто использовали фотографии косметических средств (зрительно акцентировав на них внимание), но и приложили к ним определенные характеристики, которые должны вызвать интерес у потребителя: например их стоимость, марка. Кроме того, в располагаемой выше статье излагается проблема людей, страдающих излишней полнотой. Рассматриваемое рекламное сообщение предлагает конкретные средства для решения обозначенной проблемы.

В данном случае, объектом рекламирования являются косметические средства («Lumene» - крем антиперспирант, «Vichy» - дезодорант, «L'Occitane» - пудра для тела, «Dr.Hauschka» - шариковый дезодорант)

Согласно п.п.1 ст. 3 ФЗ РФ «О рекламе» от 13.03.2006 г. (ФЗ РФ «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. Информация, размещенная на страницах № 56, 58, 59 выпуска № 27 (578) журнала «Теленеделя для всей семьи» за 12-18 июля 2010 г., является рекламой:

- размещена посредством публикации в печатном издании «Теленеделя. Для всей семьи» в Волгограде;

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (на странице № 56 объектом рекламирования являются журнал «Теленеделя» и кинотеатр «Синема парк», а также фильм «The last airbender»; на странице № 58 объектом рекламирования является продукция фирмы «За матрасом» (матрас); на странице № 59 объектом рекламирования являются косметические средства («Lumene» - крем антиперспирант, «Vichy» - дезодорант, «L'Occitane» - пудра для тела, «Dr.Hauschka» - шариковый дезодорант);

- направлена на формирование или поддержание интереса к объекту рекламирования и его продвижение на рынке;

- адресована неопределенному кругу лиц. В соответствии с письмом Федеральной антимонопольной службы от 05.04.2007г. № АЦ / 4624 в рамках понятия рекламы, закрепленного ст. 3 ФЗ РФ «О рекламе» под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Соответственно, распространение информации на страницах 56, 58, 59 номера № 27 (578) журнала «Теленеделя для всей семьи» за 12-18 июля 2010 года должно признаваться распространением среди неопределенного круга лиц, поскольку заранее невозможно определить всех лиц, для которых такая информация будет доведена.

Учредитель журнала – ООО «Теленеделя». Рассматриваемый выпуск журнала подготовлен издателем ООО «Телегазета». Журнал зарегистрирован в Нижне-Волжском управлении Федеральной службы по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охраны культурного наследия, свидетельство ПИ № ФС9-2041 от 04.09.2007 г., согласно которому примерная тематика и специализация журнала — информационная, развлекательная, реклама (не более 40%).

Рекламная информация на страницах № 56, 58, 59 выпуска № 27 (578) журнала «Теленеделя для всей семьи» в Волгограде за 12-18 июля 2010 года размещена без пометки "реклама" или "на правах рекламы", что является нарушением положений ст. 16 ФЗ «О рекламе». В соответствии с указанной нормой, размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой "реклама" или пометкой "на правах рекламы".

В соответствии со ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных статьей 16 настоящего Федерального закона, несет рекламораспространитель.

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, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 г. № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, размещенную на страницах 56, 58, 59 выпуска № 27 (578) печатного издания журнала «Теленеделя. Для всей семьи» в Волгограде за 12-18 июля 2010 года, поскольку в ней нарушены требования статьи 16 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.
2. Выдать ООО «Телегазета» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления ФАС по Волгоградской области для возбуждения дела об административном правонарушении по ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ в отношении рекламораспространителя ненадлежащей рекламы – ООО «Телегазета».