

РЕШЕНИЕ

12 мая 2011г. г. Самара

Комиссия Самарского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

рассмотрев дело № 7318-11/8 по признакам нарушения части 3 статьи 21, части 3 статьи 22, а также пункта 3 части 5 статьи 5, части 7 статьи 24, статьи 16 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ (далее Закон о рекламе) по факту распространения ООО «PR-группа Формат» на территории Самарской области, а именно в журнале «Университет для гурманов» специализированный журнал для гурманов и посетителей ресторанов №5 март 2011 года.

в присутствии представителей:

заявителя – отсутствует, возбуждено по собственной инициативе;

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «PR-группа Формат» (443000, г. Самара, ул., 70, литера 2, оф. 232) представитель генеральный директор решение №1 от 21.05.2010г.);

заинтересованное лицо – _____

эксперта – _____

переводчика – _____

УСТАНОВИЛА:

В журнале «Университет для гурманов» специализированный журнал для гурманов и посетителей ресторанов №5 март 2011 года на стр. 11 распространялась реклама алкогольной продукции следующего содержания: «Только теплые воспоминания... 332-10-10, 271-79-79 www.staraya-pristan.ru СТАРАЯ ПРИСТАНЬ Ульяновский спуск, берег Волги», с изображением девушки с наполненным бокалом вина в руке и открытой бутылкой вина на столе, без предупреждения о вреде чрезмерного употребления алкогольной продукции.

В соответствии с пунктом 3 части 5 статьи 5 Закона о рекламе в рекламе не допускается демонстрация процессов курения и потребления алкогольной продукции,

а также пива и напитков, изготавливаемых на его основе.

Часть 3 статьи 21 Закона о рекламе гласит, что реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

На стр. 32 также распространялась реклама алкогольной продукции, а именно водки «Русский графин» без предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции, что является признаком нарушения части 3 статьи 21 Закона о рекламе.

На стр. 37 распространялась реклама алкогольной продукции, а именно таких наименований как «Российское шампанское премиум» (Алания, Владикавказ), «Назлы» - сухое белое вино (Азербайджан), «Баян Ширей» - полусладкое белое вино (Азербайджан), «Мадраса» - красное сухое вино (Азербайджан), «Гюзель» - красное полусладкое вино (Азербайджан), «Керасус» - ежевичное вино (Армения) без предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции, что является признаком нарушения части 3 статьи 21 Закона о рекламе.

На стр. 43 распространялась реклама пива «Бочкарев» с использованием образов мужчины и женщины, находящихся в бане, с наполненными кружками пива «Бочкарев» в руках без предупреждения о вреде чрезмерного потребления пива и напитков, изготавливаемых на его основе, а также в которой присутствует демонстрация процесса потребления пива и напитков, изготавливаемых на его основе.

Таким образом, в данном рекламном образце были обнаружены признаки части 3 статьи 22, а также пункта 3 части 5 статьи 5 Закона о рекламе.

Кроме того, во всех распространенных в указанном печатном издании рекламных образцах отсутствует пометка «реклама» или «на правах рекламы».

Согласно статье 16 Закона о рекламе размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой "реклама" или пометкой "на правах рекламы". Объем рекламы в таких изданиях должен составлять не более чем сорок процентов объема одного номера периодических печатных изданий. Требование о соблюдении указанного объема не распространяется на периодические печатные издания, которые зарегистрированы в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера и на обложке и в выходных данных которых содержится информация о такой специализации.

1. На стр. 47 распространялась реклама Салона красоты «Ювента» следующего содержания: «ЮВЕНТА САЛОН КРАСОТЫ ул. Ново-Садовая, 14Л, т. 240-90-10 8-909-370-10-20 Консультация диетолога, Подбор специальных программ, направленных

на уменьшение объемов тела Коррекция фигуры Все виды массажа Спа-капсула», в которой отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний и необходимости консультации со специалистом.

2. В соответствии с приложением к Положению о лицензировании медицинской деятельности, утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации №30 от 22.01.2007г. диетология, медицинский массаж относится к работам (услугам) при осуществлении медицинской деятельности.

Согласно части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», реклама лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, которому должно быть отведено не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Таким образом, в рекламных образцах, распространенных ООО «PR-группа Формат», содержатся признаки нарушения части 3 статьи 21, части 3 статьи 22, пункта 3 части 5 статьи 5, статьи 16, части 7 статьи 24 Закона о рекламе.

ООО «PR-группа Формат» является рекламодателем и рекламопроизводителем указанной рекламы, то есть лицом, осуществляющим распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, а также лицом, осуществившим полностью приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму, что подтверждается следующими документами и обстоятельствами:

1. Реклама базы отдыха «Верхний бор» на стр. 43 была изготовлена по договору б/н от 04.03.2011г. о размещении рекламного материала, заключенному между ООО «Верхний Бор» (Заказчик) и ООО «PR-группа Формат» (Исполнитель), согласно которому Исполнитель подготавливает рекламную информацию о заказчике, дизайн и размещает рекламные материалы Заказчика и издаваемом Исполнителем рекламно-информационном журнале «Университет для гурмана». В соответствии с соглашением о договорной стоимости и порядке оплаты, график выхода рекламы – 1 раз в номере №5 2011г.;
2. Реклама ресторана «Старая пристань» на стр. 11 была изготовлена по договору №0001 от 12.08.2010г. о размещении рекламного материала, заключенному между ООО «Журавель-Сервис» (Заказчик) и ООО «PR-группа формат» (Исполнитель), согласно которому Исполнитель подготавливает и размещает рекламные материалы Заказчика;
3. Реклама салона красоты «Ювента» на стр. 47 размещалась по договору о

размещении рекламного материала от 16.03.2011г., заключенному между ЗАО «Салон красоты «Ювента» (Заказчик) и ООО «PR-группа Формат» (Исполнитель), согласно которому Исполнитель составляет и подготавливает рекламную информацию о заказчике, дизайн и размещает рекламные материалы Заказчика и издаваемом Исполнителем рекламно-информационном журнале «Университет для гурмана»;

4. Реклама ресторана «Чито Грито» на стр. 37 размещалась по договору №0016 о размещении рекламного материала от 10.02.2011г., заключенному между ООО «СамараУчСнаб» (Заказчик) и ООО «PR-группа Формат» (Исполнитель), согласно которому Исполнитель подготавливает и размещает рекламные материалы Заказчика в издаваемом Исполнителем рекламно-информационном журнале «Университет для гурмана»;
5. В выходных данных журнала «Университет для гурмана» указано наименование учредителя ООО «PR-группа Формат».

Из письменных пояснений генерального директора ООО «PR-группа Формат» (исх. б/н от 25.04.2011г./вх. от 26.04.2011г.) следует, что «на стр. 11 журнала рекламный модуль является рекламой ресторана «Старая пристань», а не рекламой алкогольной продукции... В рекламном модуле отсутствует название, вид и бренд какой бы то ни было алкогольной продукции, бутылка на фото закрыта, этикетка не видна...».

В результате рассмотрения дела Комиссией Самарского УФАС России признаки нарушения части 3 статьи 21 Закона о рекламе не подтвердились, поскольку в рекламном образце отсутствует реклама алкоголя, в данном образце привлекается внимание к ресторану «Старая пристань».

Вместе с тем, процесс потребления алкогольной продукции (вина), в данном случае - это не только непосредственное поднесение бокала ко рту и принятие напитка, но и определенная цепь логически следующих действий, направленных на фактическое употребление вина, заключающаяся, в разлитии его по специальным бокалам, характерное держание бокала в руке.

Из указанной рекламы следует, что был изображен именно процесс потребления вина, поскольку распитие вина подразумевает, что используются бокалы определенной формы – с узким горлом. Кроме того, бокал должен быть изготовлен из стекла или тонкого прозрачного хрусталя, что и изображено в рекламе. Кроме того, в рекламном образце девушка держит бокал вина в руке и перед ней расположена тарелка с десертом, таким образом можно сделать вывод о том, что употребляется именно десертное вино, поскольку именно этот вид вина рекомендуется к десерту (информация с сайтов www.....

В соответствии с пунктом 16 Информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации № 37 от 25.12.1998г., информация, очевидно

ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Согласно пункта 3 части 5 статьи 5 Закона «О рекламе», «в рекламе не допускается демонстрация процессов курения и потребления алкогольной продукции, а также пива и напитков, изготавливаемых на его основе».

Таким образом, в данной рекламе содержится нарушение пункта 3 части 5 статьи 5 Закона «О рекламе».

По факту размещения рекламы алкогольной продукции на стр. 32 ООО «PR-группа Формат» поясняет следующее «на данной иллюстрации присутствует графин с надписью «Русский графин»... Поскольку надпись очень мала, к сожалению, мы не поняли, что бренд алкогольной продукции...».

Часть 3 статьи 21 Закона о рекламе гласит, что реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Таким образом, в данной рекламе содержится нарушение части 3 статьи 21 Закона «О рекламе».

Также из пояснений ООО «PR-группа Формат» следует, что «на стр. 37 журнала... размещен редакционный материал о проведении гурман-шоу «Кавказ по-самарски», которое проходило в ресторане «Чито Грито». Перечисление алкогольных напитков является частью меню дегустации, проходившей в ресторан... На данной странице отсутствует реклама алкогольной продукции...».

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «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. Объект рекламирования - товар, средство его индивидуализации, 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.

Таким образом, перечисление наименований алкогольной продукции полностью отвечает всем юридическим признакам рекламы, она адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к товарам и услугам.

Следовательно, в данной рекламе также содержится нарушение части 3 статьи 21 Закона «О рекламе».

По факту размещения рекламы Базы отдыха «Верхний бор» на стр. 43 в письменных пояснениях указано: «на данной странице размещается реклама базы отдыха «Верхний бор», на которой присутствуют несколько иллюстраций. На одной из них, относящейся к рекламе русской бани, в кадр попали кружки с надписью «Бочкарев». К сожалению, мы не усмотрели в этом факте признаки нарушения закона о рекламе...».

Из указанной рекламы следует, что был изображен именно процесс потребления пива, поскольку распитие вина подразумевает, что используется посуда определенной формы – бокалы, стаканы, пол-литровые кружки, как в данном случае, сосуд для питья должен быть сужен кверху. Кроме того, бокал должен быть изготовлен из стекла, что и изображено в рекламе (информация с сайта [www://navigator.co.il](http://navigator.co.il)).

В соответствии с пунктом 16 Информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации № 37 от 25.12.1998г., информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Таким образом, в данной рекламе содержатся нарушения пункта 3 части 5 статьи 5 и части 3 статьи 22 Закона «О рекламе».

По поводу наличия признаков нарушения статьи 16 Закона о рекламе ООО «PR-группа Формат» поясняет «данный журнал является рекламно-информационным (гастрономическим) изданием, т.е. реклама более 40%, о чем указано в Свидетельстве о регистрации средства массовой информации...».

Данный довод Общества подтверждается копией Свидетельства о регистрации СМИ ПИ № ТУ63-00254 от 20.09.2010г., представленным в материалы дела.

Однако, на обложке журнала «Университет для гурмана» и в выходных данных отсутствует информация о специализации средства массовой информации в качестве «рекламно-информационного» издания.

Таким образом, в рекламе, распространенной в журнале «Университет для гурмана» №5 содержатся нарушения статьи 16 Закона о рекламе.

Что касается нарушения части 7 статьи 24 Закона о рекламе Общество указывает «на стр. 47 размещен рекламный модуль салона красоты «Ювента». К нашему величайшему сожалению, мы не заметили нарушения закона о рекламе, т.к. в данной рекламе отсутствовала информация о лекарственных препаратах и слово «медицинский»...».

В соответствии с приложением к Положению о лицензировании медицинской деятельности, утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации №30 от 22.01.2007г. диетология, медицинский массаж относятся к работам (услугам) при осуществлении медицинской деятельности.

ЗАО «Салон красоты «Ювента» осуществляет свою деятельность на основании Лицензии на осуществление медицинской деятельности №ЛО-63-01-000957 от 20.09.2010г., выданной Министерством здравоохранения и социального развития Самарской области. Согласно приложению №1 к указанной лицензии ЗАО «Салон красоты «Ювента» имеет право осуществлять доврачебную медицинскую помощь по медицинскому массажу, однако, вид работ, услуг «диетология» у данной организации отсутствует.

Частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (далее по тексту — ФЗ «О рекламе») установлено, что реклама лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, которому должно быть отведено не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Согласно пункта 7 статьи 7 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006г., не допускается реклама товаров, на производство и (или) реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных части 3 статьи 21, части 3 статьи 22, а также пункта 3 части 5 статьи 5, части 7 статьи 7, части 7 статьи 24, статье 16 настоящего Федерального закона.

Согласно части 8 статьи 38 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований указанных в части 3 статьи 21, части 3 статьи 22, а также пункта 3 части 5 статьи 5, части 7 статьи 7, части 7 статьи 24, статье 16 настоящего Федерального закона в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

На рассмотрение дела Комиссией Самарского УФАС России ООО «PR-группа Формат» был представлен экземпляр журнала «Университет для гурмана» №6 апрель 2011, в котором все нарушения законодательства РФ о рекламе устранены.

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, распространенную ООО «PR-группа Формат», распространенную на территории г.о. Самара, а именно в журнале «Университет для гурманов» специализированный журнал для гурманов и посетителей ресторанов №5 март 2011 года на стр. 11, 32, 37, 43, поскольку в ней нарушены требования части 3 статьи 21, части 3 статьи 22, а также пункта 3 части 5 статьи 5, части 7 статьи 7, части 7 статьи 24, статьи 16 Федерального закона «О рекламе».

2. Предписание ООО «PR-группа Формат» не выдавать в связи с устранением нарушения.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Самарского УФАС России — заместителю начальника отдела контроля рекламного законодательства Артамоновой О.Н. для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Резолютивная часть решения оглашена 26 апреля 2011г.

Решение изготовлено в полном объеме 12 мая 2011г.

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