

Публикация документа не является официальной. Официально правовые акты публикуются в официальных печатных изданиях в соответствии с действующим законодательством.

ЗАО «Телекомпания «Триада»

ул. Рогатица, д. 44,

Великий Новгород, 173000

ООО «ТВС-Новгород»

ул. Бояна, д. 8,

Великий Новгород, 173000

Заявителю – <С....>

Заинтересованному лицу –

ООО «Оптика»

пр. Мира, д. 6,

Великий Новгород, 173024

Исходящий № 2690/03 от 08.05.2014

РЕШЕНИЕ

Резолютивная часть оглашена 06.05.2014

В полном объеме изготовлено 08.05.2014

Великий Новгород

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Новгородской области (далее – Новгородское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел о нарушениях законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Куриков И.А. – заместитель председателя Комиссии, заместитель руководителя Управления;

Петров Д.А. – член Комиссии, ведущий специалист-эксперт Управления;

Терентьева А.В. – член Комиссии, ведущий специалист-эксперт Управления,

рассмотрев дело № 40 от 18.04.2014 по признакам нарушения Закрытым акционерным обществом «Телекомпания «Триада» (ИНН: 5321015992; 173000,

Великий Новгород, ул. Рогатица, д. 44; далее – ЗАО «ТК «Триада»), Обществом с ограниченной ответственностью «ТВС-Новгород» (ИНН: 5321000918; 173000, Великий Новгород, ул. Бояна, д. 8; далее – ООО «ТВС-Новгород») части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в присутствии представителей:

лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ЗАО «ТК «Триада», ООО «ТВС-Новгород» – <Ч....> (Доверенность от 05.05.2014);

заявителя – <С...>,

УСТАНОВИЛА:

19 февраля и 05 марта 2014 года в Управление Федеральной антимонопольной службы по Новгородской области (далее – Новгородское УФАС России) поступили заявления <С...> о нарушении законодательства о рекламе при распространении в телевизионном эфире на телеканалах «Триада» и «ТВС-Новгород» телепередачи «Красота и здоровье» (выпуски 1 и 4) в течение февраля-марта 2014 года (вх. № 1216 от 19.02.2014 и вх. № 1662 от 05.03.2014 Новгородского УФАС России; далее – Заявления).

В результате рассмотрения Заявлений и приложенных к нему материалов (запись эфира телепередачи «Красота и здоровье» (выпуски 1 и 4) на DVD-ROM-дисках) установлено следующее.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе реклама – 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе под объектом рекламирования понимается товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие на привлечение внимания к которым направлена реклама; товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот. Товар представляет собой продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В результате анализа записи эфиров телепередачи «Красота и здоровье» (выпуски 1 и 4) установлено, что указанная телепередача носит рекламный характер исходя из следующего.

В выпуске 1 телепередачи «Красота и здоровье», распространенной 11.02.2014, 12.02.2014, 15.02.2014, 16.02.2014 в эфире телеканала «Триада» (свидетельство о регистрации в качестве средства массовой информации № П 2118 от 13.09.1996) и 13.02.2014, 15.02.2014 в эфире телеканала «ТВС-Новгород» (свидетельство о регистрации в качестве средства массовой информации Эл № ТУ53-00207 от 11.06.2013) содержалась подробная информация об определенном товаре —

прогрессивных оптических линзах с описанием преимуществ и особенностей их использования. При этом перед окончанием указанной телепередачи транслировалась информация в текстовой форме следующего содержания: «Нам помогали: Сеть салонов «Оптика» ул. Рахманинова, д. 10 ул. Псковская, д. 46, ул. Б. С.-Петербургская, 14 пр. Мира, д. 6 тел.: 61-00-00», которая, в контексте предыдущего содержания передачи, очевидным образом указывает на конкретное лицо, к которому можно обратиться за приобретением вышеуказанного товара.

В выпуске 4 телепередачи «Красота и здоровье», распространенной 04.03.2014, 05.03.2014, 08.03.2014, 09.03.2014 в эфире телеканала «Триада» и 06.03.2014 и 08.03.2014 в эфире телеканала «ТВС-Новгород» содержалась подробная информация об очковых линзах конкретной торговой марки – Transitions Drivewear с описанием преимуществ и особенностей их использования. При этом перед окончанием указанной телепередачи транслировалась информация в текстовой форме следующего содержания: «Нам помогали: Сеть салонов «Оптика» ул. Рахманинова, д. 10 ул. Псковская, д. 46, ул. Б. С.-Петербургская, 14 пр. Мира, д. 6 тел.: 61-00-00», которая, в контексте предыдущего содержания передачи, очевидным образом указывает на конкретное лицо, к которому можно обратиться за приобретением вышеуказанного товара.

Таким образом, указанные выпуски телепередачи «Красота и здоровье» были направлены на привлечение внимания, формирование интереса потребителей к определенному товару (медицинским изделиям – оптическим очковым линзам) и к лицу его реализующему (сеть салонов «Оптика»).

Учитывая изложенное, объектами рекламирования в данном случае являются товары – медицинские изделия, а именно прогрессивные оптические линзы (выпуск 1), а также линзы Transitions Drivewear (выпуск 4), которые можно приобрести в салонах «Оптика», а также продавец указанных товаров – Общество с ограниченной ответственностью «Оптика» (173024, Великий Новгород, пр. Мира, д. 6; далее – ООО «Оптика»).

Таким образом, телепередача «Красота и здоровье» (выпуски 1 и 4) является рекламой.

Из информации, представленной ООО «Оптика» (вх. № 2485 от 02.04.2014 Новгородского УФАС России) следует, что телепередача «Красота и здоровье» создается при спонсорской поддержке ООО «Оптика», о чем между ООО «Оптика» и ЗАО «ТК «Триада» 10.02.2014 заключено дополнительное соглашение № 16 к договору № 128 от 29.08.2012 (далее – Дополнительное соглашение).

В соответствии с пунктом 10 статьи 3 Закона о рекламе спонсорская реклама – реклама, распространяемая на условии обязательного упоминания в ней об определенном лице как о спонсоре.

Согласно пункта 9 статьи 3 Закона о рекламе спонсором признается лицо, предоставившее средства либо обеспечившее предоставление средств для организации и (или) проведения спортивного, культурного или любого иного мероприятия, создания и (или) трансляции теле- или радиопередачи либо создания и (или) использования иного результата творческой деятельности;

В соответствии с пунктом 1.1 Дополнительного соглашения: «Спонсор (ООО «Оптика») оказывает спонсорскую поддержку Исполнителю (ЗАО «ТК «Триада») в проведении съемок телевизионного справочно-информационного проекта (телепрограммы) «Красота и здоровье», а Исполнитель обязуется оказать Спонсору набор услуг. Спонсорская поддержка включает спонсорский вклад, предоставление помещения для съемок проекта, предоставление реквизита».

В соответствии с пунктом 1.3 Дополнительного соглашения понятие Спонсор применяется в соответствии с пунктом 9 статьи 3 Закона о рекламе.

Согласно пункту 2.1 Дополнительного соглашения: «Исполнитель обязуется при выходе в эфир на канале ТНТ-Триада в Великом Новгороде телевизионного справочно-информационного проекта (телепрограммы) «Красота и здоровье» в период с 10 февраля 2014 года по 31 мая 2014 года ... указывать в заключительных титрах телевизионного справочно-информационного проекта (телепрограммы) «Красота и здоровье» организацию спонсора, ее адрес и номера ее телефонов».

Пунктом 2.2 Дополнительного соглашения установлено, что указание на Спонсора предваряются словами «Нам помогали...».

В соответствии с пунктом 2.3 Дополнительного соглашения размещение спонсорской рекламы производится в соответствии с пунктами 9-10 статьи 3, пунктами 1, 3, 5 статьи 14 Закона о рекламе.

Таким образом, телепередача «Красота и здоровье» (выпуски 1 и 4) является спонсорской рекламой и рекламой медицинских изделий, предлагаемых спонсором.

Рассматриваемая реклама также распространялась в феврале-марте 2014 года в телевизионном эфире на телеканале «ТВС-Новгород».

Между ЗАО «ТК «Триада» и ООО «ТВС-Новгород» заключен лицензионный договор № 1/13 от 31.12.2013, в соответствии с пунктом 2.1 раздела 2 «Порядок использования объекта интеллектуальной собственности» которого: «Лицензиат (ООО «ТВС-Новгород») вправе использовать Объект интеллектуальной собственности (телепрограмма «Красота и здоровье») путем размещения Объекта интеллектуальной собственности (телепрограмма «Красота и здоровье») в эфире телеканала СТС в Великом Новгороде. Число выходов в эфир Объекта интеллектуальной собственности (телепрограмма «Красота и здоровье») не ограничено».

В соответствии с частью 7 статьи 24 Закона о рекламе реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем пять процентов рекламной

площади (рекламного пространства). Требования настоящей части не распространяются на рекламу, распространяемую в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях, и на иную рекламу, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники.

Оптические очковые линзы являются медицинскими изделиями. Следовательно, реклама таких линз должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. Однако рассматриваемая реклама распространялась в телевизионном эфире на телеканалах «Триада» и «ТВС-Новгород» при отсутствии предупредительной надписи о наличии противопоказаний и необходимости получения консультации специалистов.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодателями рассматриваемой рекламы являются ЗАО «ТК «Триада», осуществляющее вещание в эфире телеканала «Триада» в соответствии с лицензией серия ТВ № 18942 от 07.10.2011, и ООО «ТВС-Новгород», осуществляющее вещание в эфире телеканала «ТВС-Новгород» в соответствии с лицензией серия ТВ № 24272 от 13.09.2013.

Из объяснений по настоящему делу, представленных ЗАО «ТК «Триада» (вх. № 3690 от 05.05.2014 Новгородского УФАС России) следует, что телепередача «Красота и здоровье» (выпуски 1 и 4) являются справочно-информационными материалами и не носят рекламного характера. Цель программы: популяризация идей здорового образа жизни и ответственного отношения к здоровью посредством информационных бесед, интервью со специалистами, экспертами, с использованием информационных образов современных технологий, описания и сравнительного анализа методик, процессов, различных материалов, научных исследований, используемых в работе специалистами разных сфер. Автором и ответственным лицом по созданию и выходу программ «Красота и здоровье» является сотрудник ЗАО «ТК «Триада» Акифьев Юрий Геннадьевич.

В выпуске № 1 телепередачи «Красота и здоровье» рассказывается о прогрессивных и бифокальных линзах. В данной программе не рассказывается о конкретных торговых марках и производителях. Сами по себе понятия прогрессивные и бифокальные линзы не являются определенным товаром.

В выпуске № 4 телепередачи «Красота и здоровье» рассказывается о технологиях производства линз Transitions Drivewear.

Компания Transitions Optical является мировым лидером в области фотохромных технологий. Особенность деятельности компании Transitions состоит в том, что она сама не производит очковые линзы. На заводах Transitions придают фотохромные свойства очковым линзам других компаний.

В соответствии с пунктом 3 части 2 статьи 2 Закона о рекламе действие Закона о рекламе не распространяется на справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой.

В соответствии с пунктом 16 Информационного письма Президиума ВАС РФ от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» только информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Исходя из изложенного, ЗАО «ТК «Триада» считает, что выпуски телепередачи «Красота и здоровье» носят лишь справочно-информационный характер, так как в них отсутствует наименование товара, отсутствуют какие-либо изображения различительных элементов (в том числе товарного знака, упаковки), которые индивидуализируют товар, не приведено информации, очевидно ассоциирующейся у потребителя с определенным товаром.

Используемые в программах понятия не могут выступать в качестве объекта рекламирования, поскольку не позволяют сузить круг однородных товаров настолько, чтобы это позволило выделить конкретный товар среди однородных и сформировать к нему интерес у потребителя.

Из объяснений по настоящему делу, представленных ООО «ТВС-Новгород» (вх. № 3689 от 05.05.2014 Новгородского УФАС России) следует, что оснований для возбуждения дела по признакам нарушения законодательства о рекламе нет.

Между ООО «ТВС-Новгород» и ЗАО «ТК «Триада» заключен лицензионный договор № 1/13 от 31.12.2013, по которому ООО «ТВС-Новгород» закупает информационно-справочные телепередачи «Красота и здоровье».

В соответствии с данным договором ЗАО «ТК «Триада» вправе давать указания ООО «ТВС-Новгород» размещать информацию о спонсорах (спонсорскую рекламу) внутри программ и прерывать программы спонсорской рекламой в любых формах, не противоречащих законодательству Российской Федерации.

Также в соответствии с условиями договора ЗАО «ТК «Триада» не разрешает ООО «ТВС-Новгород» перемонтировать программы, размещать рекламы в программах и прерывать программы рекламой в любых формах, за исключением спонсорской рекламы, содержащейся в программах.

В ООО «ТВС-Новгород» в соответствии с приказом и внутренними документами ответственным лицом за содержание и выход в эфир программ является <П.....>.

ООО «ТВС-Новгород» не имеет заинтересованности в продвижении конкретного товара на рынке.

Исходя из изложенного, ООО «ТВС-Новгород» считает, что выпуски телепередачи «Красота и здоровье» носят лишь справочно-информационный характер, так как в них отсутствует наименование товара, отсутствуют какие-либо изображения различительных элементов (в том числе товарного знака, упаковки), которые индивидуализируют товар, не приведено информации, очевидно

ассоциирующей у потребителя с определенным товаром.

Используемые в программах понятия не могут выступать в качестве объекта рекламирования, поскольку не позволяют сузить круг однородных товаров настолько, чтобы это позволило выделить конкретный товар среди однородных и сформировать к нему интерес у потребителя.

На рассмотрении дела представитель ЗАО «ТК «Триада» и ООО «ТВС-Новгород» поддержал вышеизложенные доводы в полном объеме.

Заявитель – <С....> на рассмотрении дела пояснил, что с доводами ЗАО «ТК «Триада» и ООО «ТВС-Новгород» не согласен, объект рекламирования в рассматриваемых выпусках телепередачи «Красота и здоровье» присутствует, им являются определенные виды медицинских изделий, которые можно приобрести у лиц, контактные данные которых указаны в телепередаче.

Исследовав материалы дела, изучив письменные объяснения и устные пояснения представителей сторон, Комиссия приходит к следующим выводам.

Доводы ЗАО «ТК «Триада» и ООО «ТВС-Новгород» о том, что рассматриваемые выпуски телепередачи «Красота и здоровье» не носят рекламного характера является несостоятельными, поскольку в обоих выпусках содержалась подробная информация об определенных товарах – прогрессивных оптических линзах (выпуск 1) и очковых линзах конкретной торговой марки – Transitions Drivewear (выпуск 4).

Перед окончанием обоих выпусков указанной телепередачи транслировалась информация в текстовой форме следующего содержания: «Нам помогали: Сеть салонов «Оптика» ул. Рахманинова, д. 10 ул. Псковская, д. 46, ул. Б. С.-Петербургская, 14 пр. Мира, д. 6 тел.: 61-00-00», которая, в контексте предыдущего содержания передачи, очевидным образом указывает на конкретное лицо, к которому можно обратиться за приобретением вышеуказанных товаров.

Таким образом, указанные выпуски телепередачи «Красота и здоровье» были направлены на привлечение внимания, формирование интереса потребителей к определенному товару (медицинским изделиям – оптическим очковым линзам) и к лицу его реализующему (сеть салонов «Оптика»).

При таких обстоятельствах нельзя говорить о справочно-информационном характере телепередачи и отсутствии объекта рекламирования, поскольку целью распространения данной информации в телеэфире было продвижение товаров конкретного продавца (ООО «Оптика») на рынке путем указания преимуществ и особенностей использования данных товаров и контактных данных сети салонов «Оптика».

Следовательно, телепередача «Красота и здоровье» (выпуски 1 и 4) является рекламой медицинских изделий, которые можно приобрести у определенного продавца.

При этом рассматриваемая реклама распространялась в телевизионном эфире на телеканалах «Триада» и «ТВС-Новгород» при отсутствии предупредительной надписи о наличии противопоказаний и необходимости получения консультации специалистов.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей. Ненадлежащая реклама не допускается.

Ответственность за нарушение законодательства о рекламе в данной части в соответствии со статьей 38 Закона о рекламе может быть возложена как на рекламодателя (часть 6 статьи 38 Закона о рекламе), так и на рекламодателя (часть 7 статьи 38 Закона о рекламе).

Собранные по делу доказательства и установленные обстоятельства свидетельствуют о том, что нарушения части 7 статьи 24 Закона о рекламе при распространении вышеуказанной рекламы содержатся в действиях лиц, осуществивших распространение рекламы, то есть рекламодателей – ЗАО «ТК «Триада» и ООО «ТВС-Новгород». При этом доказательства устранения допущенного нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в материалах дела отсутствуют.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 2 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, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, [Административным регламентом](#) Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденным приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу медицинских изделий – оптических очковых линз, реализуемых в сети салонов «Оптика», распространенную в эфире на телеканалах «Триада» и «ТВС-Новгород» посредством трансляции телепередачи «Красота и здоровье» (выпуски 1 и 4) в течение февраля-марта 2014 года, ненадлежащей, поскольку в ней нарушено требование части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать рекламодателям – Закрытому акционерному обществу «Телекомпания «Триада» и Обществу с ограниченной ответственностью «ТВС-Новгород» обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Новгородского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела (дел) об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 8 мая 2014 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Заместитель председателя

И.А. Куриков

Члены Комиссии

Д. А. Петров

