

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА
УПРАВЛЕНИЕ ПО УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Советская ул.д.8, г. Ульяновск 432970 ГСП, тел. 41-32-03

www.ulyanovsk.fas.gov.ru, to73@fas.gov.ru

РЕШЕНИЕ

по делу № 9125/05-2012

24.10.2012

г. Ульяновск

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

председатель комиссии - зам. руководителя управления - начальник отдела Спиридонов И.И.,

члены комиссии: - ведущий специалист-эксперт Курчангина Н.В.,

- ведущий специалист-эксперт Табартова Т.Ю.,

рассмотрев дело № 9125/05-2012 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в газете «Мозаика-РИЦ» № 30 (180) от 01.08.2012 рекламы детского сока торговой марки «Фрутоняня», содержащей признаки нарушения ч. 2 ст. 25 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в присутствии представителей:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, - закрытого акционерного общества «ГУЛЛИВЕР» (далее - ЗАО «Гулливвер»), расположенного по адресу: 432035, г. Ульяновск, ул. Профсоюзная, д. 58, - <Т...> (доверенность от 01.11.2011, паспорт);

заинтересованного лица - общества с ограниченной ответственностью «Редакционно-Издательский Центр «Мозаика» (далее - ООО «РИЦ «Мозаика»), расположенного по адресу: 432071, г. Ульяновск, ул. Робеспьера, д. 112А, - <Щ...> (доверенность от 01.11.2011, паспорт),

УСТАНОВИЛА:

По результатам рассмотрения обращения физического лица Ульяновским УФАС России определением от 03.10.2012 по факту распространения рекламы детского сока торговой марки «Фрутоняня», размещенной в газете «Мозаика-РИЦ» № 30 (180) от 01.08.2012, возбуждено дело № 9125/05-2012 по признакам нарушения ч. 2 ст. 25 Федерального закона «О рекламе». К участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечено ЗАО «Гулливер», в качестве заинтересованного лица - ООО «РИЦ «Мозаика», учредитель и издатель газеты «Мозаика-РИЦ». Рассмотрение дела назначено на 24.10.2012.

Представителем ЗАО «Гулливер» на рассмотрении дела 24.10.2012, а также в письменных пояснения общества (исх. № 387/1 от 21.10.2012, вх. № 9284 от 24.10.2012) сообщено, что нарушение ч. 2 ст. 25 Федерального закона «О рекламе» допущено по вине должностного лица ЗАО «Гулливер» - <С...>, которая согласовала оригинал-макет рекламы детского питания без указания в ней информации о возрастных ограничениях продукта и предупреждения о необходимости консультаций специалистов, нарушив тем самым законодательство Российской Федерации о рекламе и свои должностные обязанности.

В письменных пояснениях ООО «РИЦ «Мозаика» (№ 43 от 16.10.2012, вх. № 9115 от 17.10.2012), а также представителем общества на рассмотрении дела 24.10.2012 пояснено, что ЗАО «Гулливер» обратилось в общество с ограниченной ответственностью «Информационно-рекламное агентство «Мозаика» (далее - ООО «ИРА «Мозаика») с заказом на размещение рекламы в газете «Мозаика» 01 и 03 августа 2012 года. От заказчика по электронной почте поступил готовый макет рекламы, который в неизменном виде был опубликован в газете. После публикации реклама была оплачена, сторонами подписан акт выполненных работ.

Исследовав материалы дела № 9125/05-2012, заслушав пояснения представителей лиц, участвующих в деле, Комиссия приходит к выводу о необходимости признать рекламу детского сока торговой марки «Фрутоняня», размещенную в газете «Мозаика-РИЦ» № 30 (180) от 01.08.2012, ненадлежащей. При этом Комиссия исходит из следующего.

В Ульяновское УФАС России поступило обращение гр. <А...> (вх. № 146/ог от 03.09.2012), который не дал письменного согласия на распространение своих персональных данных, о распространении в газете «Мозаика-РИЦ» № 30 (180) от 01.08.2012 на странице 9 рекламы детского питания, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (служебная записка № 672 от 03.10.2012).

Из обращения следует, что в указанной газете размещена реклама под общим названием «Море выгодных покупок», сообщающая о реализации в магазинах торговой сети «Гулливер» в период с 01.08.2012 по 15.08.2012 ряда товаров по сниженным ценам. В частности, в указанный период осуществлялась реализация

детского сока из груши осветленный торговой марки «Фрутоняня» (0,2 л.) по цене 15 рублей 80 копеек. Однако в рекламе отсутствуют сведения о возрастных ограничениях применения такого продукта и предупреждение о необходимости консультаций специалистов.

Деятельность магазинов торговой сети «Гулливер» осуществляет ЗАО «Гулливер».

В соответствии с п.п. 1, 2 ст. 3 Федерального 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; 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.

В силу п.п. 1, 2 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» информация о реализации в период с 01.08.2012 по 15.08.2012 в магазинах торговой сети «Гулливер» детского сока из груши осветленного торговой марки «Фрутоняня» (0,2 л.) по сниженной цене, размещенная в газете «Мозаика-РИЦ» № 30 (180) от 01.08.2012, является рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования - ЗАО «Гулливер», магазинам общества, проводимой акции, товарам, реализуемым в магазинах торговой сети «Гулливер» в период проведения акции, в частности, детскому соку торговой марки «Фрутоняня».

В соответствии с ч. 2 ст. 25 Федерального закона «О рекламе» реклама продуктов детского питания не должна представлять их в качестве полноценных заменителей женского молока и содержать утверждение о преимуществах искусственного вскармливания детей. Реклама продуктов, предназначенных для использования в качестве заменителей женского молока, и продуктов, включенных в рацион ребенка в течение его первого года жизни, должна содержать сведения о возрастных ограничениях применения таких продуктов и предупреждение о необходимости консультаций специалистов.

Однако в нарушение указанной нормы закона реклама детского сока из груши осветленного торговой марки «Фрутоняня» (объемом 0,2 л.), рекомендованного к употреблению детям в возрасте от 3 месяцев, не содержит сведений о возрастных ограничениях применения продукта и предупреждения о необходимости консультаций специалистов.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно ч. 6 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных ст. 25 указанного Федерального закона, несет рекламодатель.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодателем

является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В ходе рассмотрения дела № 9125/05-2012 Комиссией установлено, что между ЗАО «Гулливвер» и ООО «ИРА «Мозаика» (агентом ООО «РИЦ «Мозаика») заключен договор № 201-11р от 01.02.2011 на информационно-консультационное, рекламное обслуживание. В рамках указанного договора ЗАО «Гулливвер» заказало размещение рекламы в газете «Мозаика» в выпусках от 01.08.2012 и 03.08.2012. Оригинал-макет рекламы согласован должностным лицом ЗАО «Гулливвер». После опубликования рассматриваемой рекламы услуги ООО «ИРА «Мозаика» оплачены ЗАО «Гулливвер» в полном объеме (платежное поручение № 18491 от 17.08.2012), сторонами подписан акт выполненных работ № 002927 от 03.08.2012, согласно которому заказчик (ЗАО «Гулливвер») претензий по объему, качеству и срокам оказания услуг не имеет.

Учитывая изложенное, рекламодателем в данном случае является ЗАО «Гулливвер».

В соответствии с ч. 1 ст. 36 Федерального закона «О рекламе» по результатам рассмотрения дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган принимает решения и выдает предписания. Согласно ч. 3 ст. 36 Федерального закона «О рекламе» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе выдаются на основании решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей.

Реклама акции «Море выгодных покупок» носила временный характер, то есть была актуальна в определённый период времени, и имела своей целью информирование потребителей о снижении цен на определённый перечень товаров с 01.08.2012 по 15.08.2012 в магазинах торговой сети «Гулливвер», следовательно, распространение рекламы на момент принятия решения прекращено.

Нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях (ч. 4 ст. 38 Федерального закона «О рекламе»).

Административная ответственность за нарушение ч. 2 ст. 25 Федерального закона «О рекламе» предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Учитывая изложенное, руководствуясь пунктом 2 части 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 Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу «Море выгодных покупок» ЗАО «Гулливвер», размещенную в газете «Мозаика-РИЦ» № 36 (180) от 01.08.2012, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 2 статьи 25 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать, поскольку распространение рекламы прекращено.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Ульяновской области для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 01.11.2012.

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

Председатель Комиссии
Спиридонов

И.И.

Члены Комиссии
Курчангина

Н.В.

Т.Ю. Табартова