

РЕШЕНИЕ

«22» июля 2010 г.

г. Новосибирск

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

председатель Комиссии: заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы Т.В. Лопаткина,

члены Комиссии: И.Р. Носкова – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы,
Е.А. Скоп - специалист-эксперт отдела рекламы,

рассмотрев дело № 47, возбужденное по результатам проведенного Новосибирского УФАС России мониторинга полиграфической печатной продукции, содержащей рекламную информацию, в отношении ООО «Торговый Холдинг Сибирский Гигант» (далее - ООО «ТХ Сибирский Гигант»; ОГРН 1055405013630, ИНН 5405289421, юридический адрес: 6300691, г. Новосибирск, ул. Фрунзе, д. 4, фактический адрес: 630039, г. Новосибирск, ул. Автогенная, д. 126) по факту распространения на территории г. Новосибирска рекламной информации универсама «Горожанка»: «Экономь с удовольствием!», с признаками нарушения:

§ ч. 3 ст. 21 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), согласно которой 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);

§ ч. 3 ст. 22 Закона о рекламе, согласно которой реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде чрезмерного потребления пива и напитков, изготавливаемых на его основе. Размер такого предупреждения должен составлять не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства),

в присутствии:

представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе: - ООО «ТХ Сибирский Гигант» «...»(Доверенность)

У С Т А Н О В И Л А:

В рамках проведенного Новосибирским УФАС России в апреле - мае 2010 г. мониторинга полиграфической печатной продукции, содержащей рекламную информацию, распространяемой на территории г. Новосибирска, специалистами антимонопольной службы был произведен осмотр печатной продукции (листовки)

универсама «Горожанка» на предмет соблюдения требований Закона о рекламе.

Установлено, что рассматриваемая листовка универсама «Горожанка» «Экономь с удовольствием!» на одной стороне содержит информацию рекламного характера о представленных в магазине товарах, а также информацию следующего содержания: «Ждем вас: /ул. Кирова, 108/ул. 25 лет октября, 22/ ул. Галушака, 1а/ ул. Гоголя, 43/1 / ул. Выборная, 144/ ул. Кочубея, 4 / ул. Громова, 15 / ул. Пархоменко, 21/ Предложение действительно с 26.04.2010 г. по 10.05.2010 г./ Изображение товара может отличаться от предложенного в торговом зале. Количество товара ограничено. РЕКЛАМА».

На другой стороне листовки среди прочих продуктов питания присутствует изображение следующей продукции: «Коньяк «Пять звезд» 0,5л, 42% КИЗЛЯР 349.99 457.30; Водка «Кедровая» 0,7л, 40%, ГЛАВСПИРТРЕСТ 169.99 204.40; Водка «Беленькая» 0,5л, 40%, ГАУЛА; Пиво «Сибирская корона» 0,5л, ж/б, классическое 23.99 26.75; Пиво «Брама» 0,5л, 4,6% 29.99 38.43/ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ МОЖЕТ НАНЕСТИ ВРЕД ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ/Предложение действительно с 26.04.2010г. по 10.05.2010 г./Изображение товара может отличаться от представленного в торговом зале. Количество товара ограничено. РЕКЛАМА».

Согласно п.1 ст.3 Закон 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.

Содержание вышеуказанной рекламы указывает на признаки нарушения п. 3 ст. 21 и п. 3 ст. 22 Закона о рекламе.

В ходе проверки установлено следующее.

На запрос антимонопольного органа (исх. № 06-2881 от 11.05.2010 г.) ООО «Торговый Холдинг Сибирский Гигант» были представлены документы на производство и распространения указанной полиграфической продукции.

Договор об оказании услуг № 003 166 от 11.01.2009 г., заключенный между ООО «Торговый Холдинг Сибирский Гигант» (Заказчик) и ООО «Адвертайзинг Адженси» (Исполнитель), по которому исполнитель обязуется отпечатать тираж полиграфической продукции в соответствии со спецификацией, являющейся неотъемлемой частью настоящего договора, и оригинал-макетом продукции, а заказчик принять и оплатить ее.

Согласно п. 6.4.1. названного договора, все предусмотренные законодательством негативные последствия воспроизведения (печати) в нарушении авторских прав третьих лиц, а также несоответствия действительности выходных данных печатного издания каждого конкретного тиража несет заказчик, поскольку он обладает полной информацией, необходимой и достаточной для контроля за их достоверностью. Следовательно, ответственность за достоверность информации в рекламных листовках возложена на ООО «ТХ Сибирский Гигант».

Во исполнение указанного договора был представлен акт № 119 от 30.05.2010 г.,

согласно которому услуги по печати листовки выполнены полностью и в срок, заказчик по объему, качеству и срокам оказания услуг претензий не имеет; счет-фактура № 118 от 30.05.2010 г., счет на оплату № 81 от 30.05.2010 г., и п/п № 4514 от 04.05.2010 г.

Кроме того, между ООО «Торговый Холдинг Сибирский Гигант» (Заказчик) и ООО «Первая почтовая» (Исполнитель), заключен договор № НСК-13/11/08/1232 возмездного оказания услуг доставки от 13.11.2008 г. (листовок), по которому заказчик поручает и оплачивает, а исполнитель принимает на себя обязательства по приему, временному хранению и осуществлению курьерской доставки корреспонденции и других товаров в соответствии с условиями настоящего договора. Во исполнения названного договора представлены бланк заказа № 1453 от 26.04.2010 г., акт приема передачи оказанных услуг № НСК-1453 от 30.04.2010 г., по которому работы выполнены в полном объеме и надлежащим образом, стороны претензий друг к другу не имеют; п/п № 425 от 29.04.2010 г.

В соответствии с п.5 ст.3 Закона о рекламе, рекламодаделец - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо. В данном случае, рекламодателем является ООО «ТХ Сибирский Гигант».

В связи с тем, что документы на производство и распространения полиграфической продукции заключались от имени указанного лица, именно «ТХ Сибирский Гигант» определило объект рекламирования и является продавцом рекламируемого товара.

В силу ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе, 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).

Согласно ч. 3 ст. 22 Закона о рекламе, реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде чрезмерного потребления пива и напитков, изготавливаемых на его основе. 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 такому предупреждению должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Ответственность за нарушение требований ч. 3 ст.21 и ч. 3 ст.22 Закона о рекламе несет рекламодатель, в рассматриваемом случае ООО «Торговый Холдинг Сибирский Гигант».

На заседании Комиссии Новосибирского УФАС России представителем Общества был предоставлен письменный отзыв, согласно которому Общества не согласно с наличием нарушения ч. 3 ст. 21 и ч. 3 ст. 22 Закона о рекламе, и указывает на следующие обстоятельства.

Реклама алкогольной продукции и пива, содержащаяся в представленной листовке, представляет собой изображение алкогольных напитков и пива в пяти

четко ограниченных квадратах, площадью 25 кв.см. каждый, общей площадью 125 кв.см. Площадь надписи о вреде чрезмерного алкоголя и пива занимает 20 кв. см, что составляет более 15% от площади, используемой для рекламы алкогольных напитков.

Таким образом, полагает представитель Общества, при распространении рекламных листовок в полной мере выполнено требование законодательства, сопровождая рекламу алкогольных напитков и пива надписью о вреде чрезмерного употребления алкоголя, площадь, которого занимает более 15% от площади, отведенной для рекламы алкогольных напитков и пива.

Данные выводы частично приняты Комиссией по следующим основаниям.

Общество полагает, что для расчета всей рекламной площади (пространства) берется исключительно площадь изображения алкогольных напитков и пива, в четко ограниченных квадратах.

Комиссия считает указанный довод допустимым относительно алкогольной продукции. Предупредительная надпись о вреде чрезмерного алкоголя соответствует требованию законодательства о рекламе.

Таким образом, наличие в действиях Общества признаков нарушения ч.3 ст. 21 Закона о рекламе не усматривается.

Вместе с тем, рекламная листовка не содержит предупреждение о вреде чрезмерного употребления пива, предусмотренное ч.3 ст.22 Закона о рекламе. Данная норма регламентирует наличие предупредительной надписи о вреде чрезмерного употребления пива и напитков, изготавливаемых на его основе, а также содержит требование к ее величине. Данное требование Закона о рекламе в рассматриваемой листовке не соблюдено, что нарушает ч.3 ст.22 Закона о рекламе.

На основании документов, имеющихся в деле, Комиссия приходит к выводу о нарушении со стороны ООО «ТХ Сибирский Гигант» ч. 3 ст. 22 Закона о рекламе.

Согласно п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства РФ, признается ненадлежащей. Ненадлежащая реклама не допускается.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия, руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» №38-ФЗ от 13 марта 2006г. и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

1. Признать рекламную информацию, содержащуюся в листовке универсама «Горожанка»: «Экономь с удовольствием!» следующего содержания: «...Пиво «Сибирская корона» 0,5л, ж/б, классическое 23.99 26.75; Пиво «Брама» 0,5л, 4,6% 29.99 38.43/ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ МОЖЕТ НАНЕСТИ ВРЕД ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ», распространенной в апреле-мае 2010 г. на территории г. Новосибирска, ненадлежащей рекламой,

а Общество с ограниченной ответственностью «Торговый Холдинг Сибирский Гигант» (ОГРН 1055405013630, ИНН 5405289421, юридический адрес: 6300691, г. Новосибирск, ул. Фрунзе, д. 4, фактический адрес: 630039, г. Новосибирск, ул. Автогенная, д. 126) нарушившим требования:

§ ч. 3 ст. 22 Закона о рекламе, согласно которой реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде чрезмерного потребления пива и напитков, изготавливаемых на его основе. Размер такого предупреждения должен составлять не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

2. Выдать ООО «Торговый Холдинг Сибирский Гигант» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Новосибирского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «23» июля 2010 г.

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

Председатель Комиссии _____ Т.В. Лопаткина

Члены Комиссии _____ И.Р. Носкова

_____ Е. А.Скоп

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

«22» июля 2010 г.
Новосибирск

г.

нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы Т.В. Лопаткина,

члены Комиссии: И.Р. Носкова – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы,

Е.А. Скоп - специалист-эксперт отдела рекламы,

на основании своего решения от 22 июля 2010 г. по делу № 47, о признании рекламной информации, содержащейся в листовке универсама «Горожанка» «Экономь с удовольствием!» следующего содержания: «...Пиво «Сибирская корона» 0,5л, ж/б, классическое 23.99 26.75; Пиво «Брама» 0,5л, 4,6% 29.99 38.43/ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ МОЖЕТ НАНЕСТИ ВРЕД ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ», распространенной в апреле-мае 2010 г. на территории г. Новосибирска, ненадлежащей,

в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Обществу с ограниченной ответственностью «Торговый Холдинг Сибирский Гигант» в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе. Для этого прекратить распространение рекламы с нарушением требований:

§ ч. 3 ст. 22 Закона о рекламе, согласно которой реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде чрезмерного потребления пива и напитков, изготавливаемых на его основе. Размер такого предупреждения должен составлять не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства),

в том числе рекламной информации, содержащейся в листовке универсама «Горожанка» «Экономь с удовольствием!» следующего содержания: «...Пиво «Сибирская корона» 0,5л, ж/б, классическое 23.99 26.75; Пиво «Брама» 0,5л, 4,6% 29.99 38.43/ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ МОЖЕТ НАНЕСТИ ВРЕД ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ».

2. Обществу с ограниченной ответственностью «Торговый Холдинг Сибирский Гигант» представить в Новосибирское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до «16» августа 2010 г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Новосибирское УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об

административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей, на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии

_____ Т.В. Лопаткина

Члены Комиссии

_____ И.Р. Носкова

_____ Е. А.Скоп