

РЕШЕНИЕ

«20» июля 2011 г. г.Брянск

Комиссия Брянского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: председатель Комиссии:

<...>Рогачев В.С. – руководитель Брянского УФАС России,

члены Комиссии:

<...> – зам. руководителя-начальник отдела естественных монополий и рекламы;

<...> – зам. начальника отдела естественных монополий и рекламы,

рассмотрев дело № 115 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, выразившееся в размещении в журнале «METRO Cash & Carry» (МЕТРО Кэш энд Керри) №11 (50), №11 (52) предложение с 19 мая 2011г. по 01 июня 2011г. рекламы пива и детского питания с нарушением требований законодательства о рекламе, в присутствии представителя ООО «МЕТРО Кэш энд Керри» (уведомленного надлежащим образом) - <...> (Доверенность №41/11/ю)

УСТАНОВИЛА:

В мае 2011г. специалистами Брянского УФАС России в магазине «METRO», расположенном по адресу: г.Брянск, пр-т Московский, 1Д, в распространяемых журналах сети магазинов «METRO» №11 (50), №11 (52) предложение с 19 мая 2011г. по 01 июня 2011г., обнаружена реклама в которой выявлены признаки нарушения законодательства о рекламе.

1. На странице 4 №11 (52), размещена реклама пива в которой отсутствует предупреждение о вреде чрезмерного потребления пива. В соответствии с ч.3 ст. 22 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ "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 нарушение данного требования реклама пива ни в одном случае не сопровождается требуемым предупреждением.

2. На странице 14-15 №1 (50) размещена реклама детского питания: «Gerber» детское овощное и фруктовое пюре, «Агуша» (компот, морс, мясное пюре), «Фруто Няня» сок и пюре детское, «Сады Придонья» сок, «Сэмпер» пюре детское, «Nestle» каша детская, «Бабушкино лукошко» пюре детское, в которых нет сведений о возрастных ограничениях применения указанных продуктов и предупреждения о необходимости консультации со специалистом.

В соответствии с ч.2 статьи 25 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе" 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 консультации специалистов.

В нарушение данного требования закона в представленной рекламе отсутствуют необходимые сведения.

В соответствии с свидетельством о регистрации СМИ ПИ «ФС77-21061», зарегистрированное в министерстве связи и массовых коммуникаций РФ, учредителем и издателем указанного журнала является общество с ограниченной ответственностью «МЕТРО Кэш энд Керри», которое является рекламодателем и рекламодателем информации размещенной в журнале «METRO» в сети магазинов «METRO».

В соответствии со ст. 3 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ 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 мероприятия на привлечение внимания к которым направлена реклама.

В соответствии со ст.3 ФЗ от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации – признается ненадлежащей.

До рассмотрения дела Обществом были представлены объяснения по вопросу распространения рекламы с нарушением требований законодательства о рекламе, в которых Общество свою вину не признает. Комиссия не может согласиться с данной позицией ввиду следующего.

1. Законопроект «О внесении изменений в Федеральный закон № 171-ФЗ "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции" не прошел процедуру регистрации и вступления в законную силу. На основании этого он не может быть рассмотрен как нормативный документ подлежащий применению и соответственно его положения и нормы не могут быть применены относительно обстоятельств данного дела.

2. Федеральный закон от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе" (ч.3 ст. 22) четко содержит указания на то, что должно быть прописано в тексте рекламы при рекламировании пива и напитков изготавливаемых на их основе, поэтому говорить о том, что допущенная ошибка не меняет смыслового значения не верно, так как это приводит к неверному толкованию закона.

3. Довод Общества о том, что данная информация предназначена для ограниченного круга лиц, Комиссией также отклоняется ввиду следующего. Деятельность торгового центра направлена на извлечение прибыли от торговли (и рекламируемым товаром в том числе). Данная реклама адресована неопределенному кругу лиц, так как в магазин заходят посетители являющиеся как покупателями товара, так и нет (по клиентской карте могут пройти еще 2 лица), различной категории, т.е. лица, которые не могут быть заранее определены в качестве конкретной стороны правоотношения, которые, возможно, возникнут в будущем по поводу реализации объекта рекламирования.

4. Довод о том, что на страницах журнала в целом имеется требуемая информация так же несостоятелен, так как указанные пометки отнесены к определенному товару и разграничены вертикальными и горизонтальными линиями отделяющими одно предложение по товару от другого, и естественно соотнесение данных пометок к другим товарам и предложениям не возможно в силу его зрительного восприятия.

Таким образом, данная реклама является ненадлежащей. На основании материалов дела № 115 – Общество с ограниченной ответственностью «Метро Кэш энд Керри» является рекламодателем и рекламодателем данной рекламы. В соответствии с частью 6, 7 статьи 38 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе" несет ответственность за нарушение части 3 статьи 22, части 2 статьи 25 закона «О рекламе».

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, размещенную в журнале «METRO Cash & Carry» (МЕТРО Кэш энд Керри) №11 (50), №11 (52) предложение с 19 мая 2011г. по 01 июня 2011г сети магазинов «METRO» поскольку в ней нарушены требования части 3 статьи 22, части 2 статьи 25 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ООО «МЕТРО Кэш энд Керри» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела должностному уполномоченному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении предусмотренное частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Решение изготовлено в полном объеме "20" июля 2011 г.

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

Председатель Комиссии: <...>

ПРЕДПИСАНИЕ О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

«20» июля 2011 г. г.Брянск

Комиссия Брянского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:
председатель Комиссии:

<...> – руководитель Брянского УФАС России,

члены Комиссии:

<...> – зам. руководителя-начальник отдела естественных монополий и рекламы;

<...> – зам. начальника отдела естественных монополий и рекламы,

на основании своего решения от "20" июля 2011 г. по делу № 115 о признании ненадлежащей рекламы размещенной на страницах журнала «METRO Cash & Carry» (МЕТРО Кэш энд Керри) сети магазинов «METRO», №11 (50), №11 (52) предложение с 19 мая 2011г. по 01 июня 2011г., в котором размещена реклама пива и детского питания,

и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО «МЕТРО Кэш энд Керри» (г.Москва, Ленинградское шоссе, д.71Г) в десятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: привести рекламную информацию, размещенную на страницах журнала «METRO Cash & Carry» (МЭТРО Кэш энд Керри) в соответствие требованиям ч.3 ст.22, части 2 статьи 25 ФЗ « О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2007г.

2. ООО «МЕТРО Кэш энд Керри» (г.Москва, Ленинградское шоссе, д.71Г) представить в Брянское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до "01" сентября 2011 г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Брянское УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от пятидесяти до ста минимальных размеров оплаты труда; на юридических лиц - от двух тысяч до пяти тысяч минимальных размеров оплаты труда.

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

Председатель Комиссии: <...>