

## РЕШЕНИЕ

15 января 2013 г.  
Новосибирск

г.

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: Е.А. Скоп – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы;

Д.А. Былина - специалист-эксперт отдела рекламы;

рассмотрев дело № 112, возбужденное в отношении Общества с ограниченной ответственностью «ИнтерМедиаГруп Сибирь» (юридический адрес: 630105, г. Новосибирск, ул. Линейная, д. 114/1, ОГРН 1055402072021, ИНН 5402458791) по факту размещения в журнале «АнтеннаТелесемь» № 9 (834) от 18-26 февраля 2012 г. на стр. 126 информация следующего содержания: «Септима Кэш&Кэрри/ Открылся новый магазин!/Ул. Кирова, 108/Есть повод/Время работы с 10 до 22 ч./Реклама. Цены даны в рублях и действительны на момент публикации при наличии товара. Свадебная скидка на акционный товар не действует...» (с указанием наименования алкогольной продукции и ее изображением), с признаками нарушения:

- п.1 ч.2 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» (в редакции от 18.07.2011 г.; далее - Закон о рекламе) в силу которого запрещено размещение рекламы алкогольной продукции на первой и последней полосе газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов,

в присутствии:

«...»

### УСТАНОВИЛА:

В ходе проведения в марте 2012 г. Новосибирским УФАС России мониторинга рекламной информации, размещаемой в печатных изданиях, распространяемых на территории г. Новосибирска, на предмет соблюдения требований Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе», установлено, что на стр. 126 журнала «Антенна-Телесемь. Новосибирск» № 9 (834) 2012 г. размещалась информация следующего содержания: «Септима Кэш&Кэрри/ Открылся новый магазин!/Ул. Кирова, 108/Есть повод/Время работы с 10 до 22 ч./Реклама. Цены даны в рублях и действительны на момент публикации при наличии товара. Свадебная скидка на акционный товар не действует...» (с указанием алкогольной продукции).

Согласно п.1 ст.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.

Указанная информация, является рекламной, т.к. привлекает внимание неопределенного круга лиц к товару (алкогольной продукции), изображенному на рекламе и предлагаемому к реализации определенным продавцом, и способствует его продаже, что в полной мере соответствует определению, указанному в Законе о рекламе.

П.1 ч.2 ст.21 Закона о рекламе (в редакции от 18.07.2011 г.) запрещено размещение рекламы алкогольной продукции на первой и последней полосе газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов.

Страница 126 журнала «Антенна-Телесемь. Новосибирск» № 9 (834) 2012 г. является последней страницей журнала.

Следовательно, обложка издания (журнала) включает в себя четыре самостоятельные стороны.

В соответствии со Свидетельством о регистрации средства массовой информации ПИ №ТУ 54-00063 от 08.10.2008 г. учредителем средства массовой информации - журнала «Антенна-Телесемь. Новосибирск» является ООО «ИнтерМедиаГруп Сибирь».

Рассматриваемая рекламная информация размещалась на основании договора № ТС 279/09 на оказание услуг по размещению рекламы от 25.06.2009 г., заключенному между ООО «ИнтерМедиаГруп Сибирь» (исполнитель) и ООО «Мистель» (заказчик) по которому заказчик поручает, а исполнитель принимает на себя обязательства по размещению рекламных материалов заказчика в журнале «Антенна-Телесемь. Новосибирск».

Во исполнение договора ООО «ИнтерМедиаГруп Сибирь» были представлены заявка на размещения рекламы; макет рекламной информации; Акт выполненных работ от 15.02.2012 г. подписанный сторонами; п/поручение № 157 от 10.02.2012 г.

Таким образом, в печатном издании «Антенна-Телесемь. Новосибирск» № 9 18-26 февраля 2012 г. размещена реклама с нарушением п.1 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе» (в редакции от 18.07.2011 г.).

Ответственность за нарушение ч. 2 ст.21 Закона о рекламе несет рекламораспространитель. Согласно п.7 ст.3 Закона о рекламе, рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Следовательно, рекламораспространителем в данном случае является ООО «ИнтерМедиаГруп Сибирь».

На рассмотрение дела представитель Общества не согласился с допущенным нарушением, указав при этом следующее.

На основании ОСТ 29.130 – 97 «Издания. Термины и определения», обложка издания

(журнала) включает в себя четыре самостоятельные стороны, которые не включаются в нумерацию страниц издания.

Нумерация во всех журналах «Антенна-Телесемь. Новосибирск», в том числе «№ 9 (834) за 2012 г.», начинается с первой страницы, следовательно, первая и, как следствие, последняя страница журнала не являются его обложкой, а являются первой и последней страницей. Таким образом, по мнению Общества, страница 126, на которой размещена рассматриваемая реклама, является не последней, а предпоследней страницей, и спорный рекламный материал находится на предпоследней странице.

Также на заседании Комиссии представитель Общества пояснила, что журнал «Антенна-Телесемь. Новосибирск» не содержит обложки и нумеруется с первой страницы.

Данные доводы являются ошибочными и не приняты Комиссией на основании следующего.

Согласно статье 2 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» журнал является периодическим печатным изданием, имеющим постоянное название, текущий номер и выходящее в свет не реже одного раза в год.

В соответствии с п.3.2.6.1 ГОСТ 7.60-2003 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Издания. Основные виды. Термины и определения», утв. Постановлением Госстандарта РФ от 25.11.2003 № 331-ст, журнальное издание – периодическое издание в виде блока скрепленных в корешке листов печатного материала установленного формата, издательски приспособленное к специфике данного периодического издания, в обложке или переплете, содержащее статьи или рефераты по различным общественно-политическим, научным, производственным и другим вопросам, литературно-художественные произведения, имеющие постоянную рубрикацию, официально утвержденное в качестве данного вида издания.

Согласно ОСТ 29.130 – 97 «Издания. Термины и определения», утв. Приказом Госкомитета РФ по печати от 07.04.1997г. №39, обложка – бумажное покрытие издания, которое содержит ряд его выходных сведений и является также элементом внешнего оформления издания.

Основным документом, подтверждающим статус периодического печатного издания, является свидетельство о регистрации периодического печатного издания в качестве средства массовой информации. Свидетельством устанавливается вид периодического печатного издания: газета или журнал. Основным отличием газеты от журнала, имеющим юридическое значение для оценки размещаемой в нем рекламы алкогольной продукции, является наличие у журнала обложки и ее отсутствие у газеты.

Исходя из этого технического различия в журнале размещение рекламы алкогольной продукции запрещено на первой и последней страницах и обложка журнала.

Обязательным признаком такого издания как журнал является наличие обложки,

не зависимо от наличия на ней номерных отметок.

Журнал «Антенна-Телесемь. Новосибирск» зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи и массовых коммуникаций как журнал.

Таким образом, что рассматриваемая реклама размещена на последней странице журнала, после которой следуют предпоследняя (внутренняя) и последняя (наружная) стороны обложки.

Кроме того, предпоследняя (внутренняя) и последняя (наружная) стороны обложки данного номера не имеют нумерации.

Следовательно, ООО «ИнтерМедиаГруп Сибирь» разместило рассматриваемую рекламную информацию с нарушением требований п.1 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе.

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 информацию, размещенную на стр. 126 журнала «Антенна-Телесемь. Новосибирск» № 9 (834) от 18-26 февраля 2012 г. следующего содержания: «Септима Кэш&Кэрри/ Открылся новый магазин!/Ул. Кирова, 108/Есть повод/Время работы с 10 до 22 ч./Реклама. Цены даны в рублях и действительны на момент публикации при наличии товара. Свадебная скидка на акционный товар не действует/К 23 февраля /Виски «Jhon Barr Finest» 40%, 0,7 л 349-00 582-00/низкая цена/ Водка «Вечерний Алтай» 40%, 0,5 л 115-00 133-00 низкая цена/ Водка «Флагман» 40%, 0,5 л 128-00 148-00 низкая цена/ Водка «Русский стандарт» 40%, 1л 440-00 693-00 низкая цена/ Коньяк «Бестужев» Пять лет 40%, 0,5 л 235-00 303-00/ Коньяк «Кизлярский Российский» Пять лет 42%, 0,5 л 379-00 486-00 низкая цена/ Коньяк «Арарат» Пять лет 40%, 0,5 л 539-00 749-00 низкая цена/ Коньяк «Remy Martin» 40%, 0,7 л 2089-00 3216-70 низкая цена/ Ром «Havana Club Anejo Blanco» 40%, 0,7л 869-00 1057-40/ Шампанское «Цимлянское Российское» п/сл. 10,5-12,5%, 0,75 л. 175-00 210-60\* Цена действительна при покупке от 2 бутылок/ Вино игристое «Sefora» (сорт винограда Малвазия) белое, п/сл. 0,75 л 299-398-00 низкая цена/ Виски «Jameson» 40%, 0,7 л 1029-00 1301-00/ Вермут «Delasy Bianco» 14.8-15% 1л 245-00 270-00 низкая цена/Вино (Испания) «San Valentin» крас./сух., бел./п/сух. 11% 0,75л 444-00 550-40/ Вино (Россия) «El Paso» бел./кр., сух./п./сл. 10-12%, 0,75 л 99-00 139-00/ Вино (Италия) «Tusculum» бел./кр., сух./п/сл. 11,5%, о. 75 л. 186-00 232-00\* Цена действительна при покупке от 2 бутылок/ Вино (Франция) «Tour du vosc Cuvee Prestige» бел./кр., сух./п/сл 11%, 0,75 л 189-00\* 244-70 Цена действительна при покупке от 2 бутылок/ Вино (Греция) «Ador» бел./кр., п/сл. 11%, 0,75 л 193-00\* 241-50 Цена действительна при покупке от 2 бутылок»...» (с указанием изображения рекламируемого товара)/ + 7-913-901-18-60/ Выезд эксперта прямо в офис – экономия времени и денег!/ Чрезмерное употребление алкоголя вредит здоровью», ненадлежащей рекламой,

а ООО «ИнтерМедиаГруп Сибирь» (юридический адрес: 630105, г. Новосибирск,

ул. Линейная, д. 114/1, ОГРН 1055402072021, ИНН 5402458791) нарушившим требования п.1 ч.2 ст.21 Закона о рекламе (в редакции от 18.07.2011 г.) в силу которого запрещено размещение рекламы алкогольной продукции на первой и последней полосе газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов.

2. Выдать ООО «ИнтерМедиаГруп Сибирь» предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

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

Решение изготовлено в полном объеме «28» января 2013 г.

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

## ПРЕДПИСАНИЕ

### О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

### РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

28 января 2013 г.  
Новосибирск

г.

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: Е.А. Скоп – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы;

Д.А. Былина - специалист-эксперт отдела рекламы;

на основании своего решения от 28 января 2013 г. по делу № 112 о признании ненадлежащей рекламы, размещенной на стр. 126 журнала «Антенна-Телесемь. Новосибирск» № 9 (834) от 18-26 февраля 2012 г., и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006г. №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 «ИнтерМедиаГруп Сибирь» (юридический адрес: 630105, г. Новосибирск, ул. Линейная, д. 114/1, ОГРН 1055402072021, ИНН 5402458791) в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно, не допускать распространение рекламы, с нарушением: п.1 ч.2 ст.21 Закона о рекламе (в редакции от 18.07.2011 г.), согласно которому запрещено размещение рекламы алкогольной продукции на первой и последней полосе газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов,

в том числе рекламы:

«Септима Кэш&Кэрри/ Открылся новый магазин!/Ул. Кирова, 108/Есть повод/Время работы с 10 до 22 ч./Реклама. Цены даны в рублях и действительны на момент публикации при наличии товара. Свадебная скидка на акционный товар не действует/К 23 февраля /Виски «Jhon Barr Finest» 40%, 0,7 л 349-00 582-00/низкая цена/ Водка «Вечерний Алтай» 40%, 0,5 л 115-00 133-00 низкая цена/ Водка «Флагман» 40%, 0,5 л 128-00 148-00 низкая цена/ Водка «Русский стандарт» 40%, 1л 440-00 693-00 низкая цена/ Коньяк «Бестужев» Пять лет 40%, 0,5 л 235-00 303-00/ Коньяк «Кизлярский Российский» Пять лет 42%, 0,5 л 379-00 486-00 низкая цена/ Коньяк «Арарат» Пять лет 40%, 0,5 л 539-00 749-00 низкая цена/ Коньяк «Remy Martin» 40%, 0,7 л 2089-00 3216-70 низкая цена/ Ром «Havana Club Anejo Blanco» 40%, 0,7л 869-00 1057-40/ Шампанское «Цимлянское Российское» п/сл. 10,5-12,5%, 0,75 л. 175-00 210-60\* Цена действительна при покупке от 2 бутылок/ Вино игристое «Sefora» (сорт винограда Малвазия) белое, п/сл. 0,75 л 299-398-00 низкая цена/ Виски «Jameson» 40%, 0,7 л 1029-00 1301-00/ Вермут «Delasy Bianco» 14.8-15% 1л 245-00 270-00 низкая цена/Вино (Испания) «San Valentin» крас./сух., бел./п/сух. 11% 0,75л 444-00 550-40/ Вино (Россия) «El Paso» бел./кр., сух./п./сл. 10-12%, 0,75 л 99-00 139-00/ Вино (Италия) «Tusculum» бел./кр., сух./п/сл. 11,5%, о. 75 л. 186-00 232-00\* Цена действительна при покупке от 2 бутылок/ Вино (Франция) «Tour du vosc Cuvee Prestige» бел./кр., сух./п/сл 11%, 0,75 л 189-00\* 244-70 Цена действительна при покупке от 2 бутылок/ Вино (Греция) «Ador» бел./кр., п/сл. 11%, 0,75 л 193-00\* 241-50 Цена действительна при покупке от 2 бутылок...» (с указанием изображения рекламируемого товара)/ + 7-913-901-18-60/ Выезд эксперта прямо в офис – экономия времени и денег!/ Чрезмерное употребление алкоголя вредит здоровью»».

2. ООО «ИнтерМедиаГруп Сибирь» представить в Новосибирское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 28 февраля 2013 г.

В соответствии с ч.2.4 ст.19.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях, невыполнение в установленный срок законного решения, предписания федерального антимонопольного органа, его территориального органа о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе или законного решения, предписания федерального антимонопольного органа, его территориального органа об отмене либо изменении противоречащего законодательству Российской Федерации акта федерального органа исполнительной власти, акта органа исполнительной власти субъекта Российской Федерации или акта органа местного самоуправления влечет наложение административного штрафа на должностных лиц 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.