

РЕШЕНИЕ

15 марта 2012 года

г. Саратов

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Саратовской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

	<.....> – руководитель управления, Председатель Комиссии;
Председатель Комиссии:	<.....> – заместитель руководителя управления, член Комиссии;
Члены Комиссии:	<.....> – начальник отдела контроля рекламы и финансовых рынков;
	<.....> – специалист – эксперт отдела контроля рекламы и финансовых рынков,

в присутствии представителей:

лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

- ЗАО "Видео-Интернешнл-Саратов"- <.....> (доверенность б/н от 01.02.2012),
- ООО "Женское счастье" – <.....> (доверенность б/н от 12.03.2012);

Заинтересованного лица:

- ЗАО "Банк Русский Стандарт" – <.....> (доверенность № 1804 от 05.10.2011),

рассмотрев дело № 1-12р по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту размещения рекламы в форме рекламных роликов в эфире телевизионного вещательного канала "Первый канал", "Российское телевидение", следующего содержания: "Распродажа норковых шуб. Только до 30 октября. Очень низкие цены рассрочка кредит на месте г. Саратов, Дом офицеров, ул. Соборная, 18."

(далее следует нечитаемый текст, выполненный мелким шрифтом)

Голос за кадром: "Всероссийская распродажа шуб в Саратове. Только до 30 октября норковые шубы по летним ценам. Ну, очень низкие цены. Дом офицеров, ул. Соборная, 18", содержащей признаки нарушения ч. 1 ст. 28 Федерального закона "О рекламе,"

УСТАНОВИЛА:

Саратовским УФАС России в период с 28.11.2011 по 07.12.2011 была проведена плановая выездная проверка в отношении ЗАО "Видео Интернешнл - Саратов" на предмет соблюдения требований Федерального закона "О рекламе".

При анализе представленных ЗАО "Видео Интернешнл - Саратов" рекламных материалов выявлены следующие признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Между ЗАО "Видео Интернешнл - Саратов" и ООО "Женское счастье" заключен договор № 166-р от 28.06.2011.

В соответствии с указанным договором ЗАО "Видео Интернешнл - Саратов" оказывало услуги ООО "Женское счастье" по размещению рекламы в форме рекламных роликов в эфире телевизионных вещательных каналов "Первый канал", "Российское телевидение", следующего содержания: "Распродажа норковых шуб. Только до 30 октября. Очень низкие цены рассрочка кредит на месте г. Саратов, Дом офицеров, ул. Соборная, 18."

(далее следует нечитаемый текст, выполненный мелким шрифтом)

Реклама сопровождается голосом за кадром: "Всероссийская распродажа шуб в Саратове. Только до 30 октября норковые шубы по летним ценам. Ну, очень низкие цены. Дом офицеров, ул. Соборная, 18".

Согласно ч. 1 ст. 28 Федерального закона "О рекламе" реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

В соответствии с ч. 1 ст. 54 ГК РФ юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на его организационно-правовую форму.

В указанной рекламе наименование юридического лица, оказывающего банковские услуги выполнено мелким, нечитаемым шрифтом.

Из письменных пояснений ЗАО "Видео Интернешнл – Саратов" (вх. № 714 от 15.02.2012) следует, что Федеральный закон "О рекламе" не содержит специальных требований к размеру шрифта набивки наименования лица, оказывающего финансовые услуги. В рекламном материале ООО "Женское счастье" надпись наименования банка выполнена белым шрифтом по красному полю, то есть надпись не сливается с фоном, продолжительность ее нахождения на экране 10 секунд, высота букв на экране составляет 3 мм, что обеспечивает возможность ознакомления потребителя с такой набивкой.

В ходе рассмотрения дела представитель ЗАО "Видео Интернешнл – Саратов" пояснил, что наименование кредитной организации, которая осуществляет предоставление кредита, присутствует в ролике. Кредит предоставляет ЗАО "Банк Русский Стандарт". Кроме того, чтобы сделать вывод о читаемости текста нужно провести социологическое исследование. В данном случае никакого опроса не проводилось.

Из письменных объяснений ООО "Женское счастье" (вх. № 1238 от 15.03.2012), следует что ООО "Женское счастье" был предоставлен ЗАО "Видео-Интернешнл - Саратов" рекламный ролик, который полностью отвечал требованиям законодательства о рекламе, в том числе ч. 1 ст. 28 Федерального закона "О рекламе". В ролике присутствовал визуальный, читаемый текст, выполненный заметным не мелким шрифтом. Однако между передачей рекламного ролика и его выходом в эфир производится целый ряд технических процессов. Рекламный ролик передается ЗАО "Видео Интернешнл- Саратов" посредством сети Интернет, путем его выставления на бесплатный файл-обменник. После чего ООО "Женское счастье" отправляет рекламораспространителю ссылку для скачивания указанного рекламного ролика. На этом действия ООО "Женское счастье" по передаче рекламного ролика оканчиваются. ЗАО "Видео Интернешнл – Саратов" производит скачивание ролика из Интернета, его пересчет в специальных телевизионных программах, т.е. производит адаптацию ролика к эфиру, что может привести к снижению качества ролика, размытости текста, его не читаемости. При этом данные действия уже не могут быть проконтролированы рекламодателем, в связи с чем, ответственным за качество указанных действий несет только рекламораспространитель. Кроме того, ЗАО "Видео Интернешнл – Саратов" могли быть перед выходом ролика в эфир внесены изменения. При этом такие действия также не могли быть проконтролированы рекламодателем. Представителем ООО "Женское счастье" был сделан вывод, что рекламный ролик, который был передан рекламодателем рекламораспространителю существенно отличается от того ролика, который прошел в эфире с нечитаемым текстом. Также представитель ООО "Женское счастье" пояснил, что в действиях ЗАО "Видео Интернешнл – Саратов" содержатся признаки нарушения законодательства РФ о рекламе, а в действиях ООО "Женское счастье", несмотря на то, что оно являлось рекламодателем, отсутствует вина, поскольку рекламодателем был передан для эфира рекламный ролик, отвечающий требованиям законодательства РФ о рекламе, с читаемым текстом, что следует из представленного в приложении к настоящему объяснению видео материала. Какой ролик был пущен рекламораспространителем в эфир (с читаемым или нечитаемым текстом) рекламодатель не мог проконтролировать, что исключает вину ООО "Женское счастье" за качество того ролика, что прошел в эфире и, соответственно, его ответственность за это.

Представитель заинтересованного лица ЗАО "Банк Русский Стандарт" пояснил, что банк не проводил совместную рекламную кампанию с ООО "Женское счастье", с банком не согласовывались рекламные материалы по предоставляемой банком услуге, и что банк не являлся ни рекламодателем, ни рекламораспространителем данной рекламы. Данная информация также содержится в письменных объяснениях ЗАО "Банк Русский Стандарт" (вх. № 1180 от 11.03.2012).

Изучив имеющиеся материалы и документы, заслушав представителей лиц, участвующих в деле, Комиссия пришла к следующим выводам.

Согласно ч. 1 ст. 28 Федерального закона "О рекламе" реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

В указанной рекламе наименование юридического лица, оказывающего

банковские услуги выполнено мелким, нечитаемым шрифтом.

Исходя из понятия рекламы, данного в ст. 3 Федерального закона "О рекламе", она предназначена для распространения среди неопределенного круга лиц, в связи с чем вся информация, включая обязательные к указанию сведения, должна быть доступна для потребителей при ознакомлении с рекламой без специальных усилий и применения специальных средств.

При этом, то обстоятельство, что нормами Федерального закона "О рекламе" не установлены требования к цвету надписи, фона, контрасту, не свидетельствует о том, что они могут быть любыми, поскольку, как следует из положений статьи 5 Федерального закона "О рекламе", реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна вводить в заблуждение потребителей.

Следовательно, несмотря на формальное наличие, по мнению ЗАО "Видео Интернешнл – Саратов" в рекламе наименования юридического лица, предоставляющего кредит, форма представления данных сведений такова, что они не воспринимаются потребителями и фактически в рекламе отсутствуют.

В нарушение ч. 1 ст. 28 Федерального закона "О рекламе" указанная выше реклама не содержит информацию о наименовании кредитной организации, которая осуществляет предоставление кредита.

В ходе рассмотрения дела Комиссией был проанализирован рекламный ролик, который был передан ООО "Женское счастье" ЗАО "Видео Интернешнл – Саратов" для размещения в эфире телевизионного вещательного канала "Первый канал". Комиссией Саратовского УФАС России был сделан вывод, что в данном рекламном ролике содержится информация о кредитной организации, предоставляющей кредит. Таким образом, рекламный ролик, который был предоставлен ООО "Женское счастье", полностью отвечает требованиям ч. 1 ст. 28 Федерального закона "О рекламе".

Также Комиссией Саратовского УФАС России было установлено, что акт приемки – передачи рекламного видеоролика между сторонами не составлялся. В ходе рассмотрения дела представитель ЗАО "Видео Интернешнл – Саратов" не смог опровергнуть доводы представителя ООО "Женское счастье" в части передачи диска с читаемым текстом, выполненным заметным не мелким шрифтом.

Также Комиссия Саратовского УФАС России считает необходимым отметить, что рекламный ролик с не читаемым текстом был представлен в Саратовское УФАС России в период проведения проверки ЗАО "Видео Интернешнл – Саратов" с 28.11.2011 по 07.12.2011.

Таким образом, в действиях рекламодателя нарушений в ч. 1 ст. 28 Федерального закона "О рекламе" не установлено. Однако, при таких обстоятельствах в действиях рекламораспространителя присутствует нарушение ч. 1 ст. 28 Федерального закона "О рекламе".

Также в материалах дела отсутствуют документы, свидетельствующие о том, что с ЗАО "Банк Русский Стандарт" согласовывались рекламные материалы по предоставляемой банком услуге. Таким образом, Комиссия приходит к выводу, что банк не являлся рекламодателем данной рекламы.

Рекламораспространителем указанной рекламы является ЗАО "Видео Интернешнл – Саратов", рекламодателем - ООО "Женское счастье". Данный факт подтверждается договором № 166 от 28.06.2011, платежными поручениями № 157 от 06.10.2011, № 144 от 03.10.2011, актом № 00002114 от 28.10.2011.

В соответствии с частями 6 и 7 статьи 38 Федерального закона "О рекламе" ответственность за нарушение ч. 1 ст. 28 настоящего Федерального закона несут рекламодатель и рекламораспространитель.

В ходе рассмотрения дела представитель ЗАО "Видео Интернешнл – Саратов" пояснил, что вышеуказанная реклама распространялась в период с 06 октября 2011 года по 28 октября 2011 года в региональном эфире Телевизионного вещательного канала "Первый канал". Данная информация также содержится в письменных пояснениях ЗАО "Видео Интернешнл – Саратов" (вх. № 714 от 15.02.2012). В настоящее время указанная реклама не распространяется.

Таким образом, ЗАО "Видео Интернешнл – Саратов", распространив в период с 06 октября 2011 года по 28 октября 2011 года в региональном эфире Телевизионного вещательного канала "Первый канал" рекламу следующего содержания: "Распродажа норковых шуб. Только до 30 октября. Очень низкие цены рассрочка кредит на месте г. Саратов, Дом офицеров, ул. Соборная, 18."

(далее следует нечитаемый текст, выполненный мелким шрифтом)

Голос за кадром: "Всероссийская распродажа шуб в Саратове. Только до 30 октября норковые шубы по летним ценам. Ну, очень низкие цены. Дом офицеров, ул. Соборная, 18", содержащую информацию о возможности покупки товара в кредит без указания наименования кредитной организации, которая осуществляет предоставление кредита, допустило нарушение ч. 1 ст. 28 Федерального 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 следующего содержания:

"Распродажа норковых шуб. Только до 30 октября. Очень низкие цены рассрочка кредит на месте г. Саратов, Дом офицеров, ул. Соборная, 18

(далее следует нечитаемый текст, выполненный мелким шрифтом)

Голос за кадром: "Всероссийская распродажа шуб в Саратове. Только до 30 октября норковые шубы по летним ценам. Ну, очень низкие цены. Дом офицеров, ул. Соборная, 18", поскольку в ней нарушены требования ч. 1 ст. 28 Федерального закона "О рекламе".

2. Предписание ЗАО "Видео Интернешнл-Саратов" о прекращении нарушения

законодательства о рекламе не выдавать в связи с прекращением распространения ненадлежащей рекламы.

3. Материалы дела передать уполномоченному должностному лицу Саратовского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Решение изготовлено в полном объеме 29 марта 2012 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

<.....>

Члены Комиссии:

<.....>

<.....>

<.....>