Р Е Ш Е Н И Е

«14» июня 2011 год г. Ханты-Мансийск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Ханты-Мансийскому автономному округу – Югре по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

//

Члены Комиссии:

//

//

//

рассмотрев дело № 02-21-112/2011, возбужденное по собственной инициативе Управления в соответствии с частью 1 статьи 33 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», по признакам нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» в действиях ООО «Альянс-Профи», ИП <...>,

–

*в присутствии* представителей ООО «Альянс Профи»:

//

//

УСТАНОВИЛА:

Ханты-Мансийским УФАС России в ходе осуществления государственного контроля за соблюдением требований рекламного законодательства выявлено, что в журнале № 15 (247) от 01.05.2011 г. «В каждый дом» на стр.7 размещена реклама, следующего содержания: «Выпускной в Нью-Йорке – лучшее место для проведения банкетов по случаю окончания школы или ВУЗа».

В рекламе усматриваются признаки нарушения: пункта 1 части 2 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Закона о рекламе), в части содержания в рекламе некорректного сравнения рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами («лучшее место…»).

В соответствии с частью 1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», – реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии пунктом 1 частью 2 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», - недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректное сравнение рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе, - рекламой является информация, распространяемая любым способом в любой форме, с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечения внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижения на рынке.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе под объектом рекламирования понимается товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товар, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятия (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игр, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

В соответствии с частью 4 ст.38 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», рекламодатель,

рекламораспространитель несут ответственность за нарушение требований законодательства о рекламе о рекламе.

Таким образом, в рекламе ООО «Альянс-Профи», ИП <...> имеются признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно пункта 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе.

Из анализа представленных материалов, следует:

В соответствии с п.2.3 Договора от // 2011 г. на оказание рекламных услуг, заключенный между ООО «Альянс Профи»» и ИП <...> рекламист (ООО «Альянс Профи) обязан своими силами и из своих материалов, на своей материальной базе изготовить необходимые оригинал-макеты (при поступившей от Рекламодателя заявки на изготовление макета).

На основании Акта № // от 03 мая 2011 г. услуга по изготовлению дизайн-макета выполнена полностью и в срок.

В соответствии с платежным поручением № // от //.2011 г. оплата по счету № // от //.2011 г. за размещение рекламы и изготовление дизайн-макета произведена ИП <...> на счет ООО «Альянс Профи».

В адрес Управления от 12.05.2011 г. поступило объяснение менеджера ООО «Альянс-Профи» //. Из содержания данного обращения следует, что текст для данной рекламы придумала //. Правонарушение допущено случайно, в связи с не правильным трактованием норм законодательства Российской Федерации о рекламе. Из объяснения //. так же следует, что макет согласовывался в вечернее время и редактор журнала его не видела.

Изучив имеющиеся материалы дела, выслушав объяснения лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, Комиссия пришла к следующим выводам:

Рекламодатель (ч.3 ст.3) – изготовитель или продавец товара либо иное определяющее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;

Рекламой, следующего содержания: «Выпускной в Нью-Йорке – лучшее место для проведения банкетов по случаю окончания школы или ВУЗа» на основании договора от //.2011 заказан к разработке и изготовлению ИП <...>.

На основании вышеизложенного, ИП <...> является рекламодателем.

Рекламопроизводитель (ч.6 ст.3) – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму;

Рекламный оригинал-макет, следующего содержания: «Выпускной в Нью-Йорке – лучшее место для проведения банкетов по случаю окончания школы или ВУЗа» на основании договора от //2011 разработан и изготовлен ООО «Альянс Профи».

На основании вышеизложенного, ООО «Альянс Профи» является рекламопроизводителем.

Рекламораспространитель (ч.7 ст.3) – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии со статьей 19 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации», главный редактор представляет редакцию в отношениях с учредителем, издателем, распространителем, гражданами, объединениями граждан, предприятиями, учреждениями, организациями, государственными органами, а также в суде. Он несет ответственность за выполнение требований, предъявляемых к деятельности средства массовой информации настоящим Законом и другими законодательными актами Российской Федерации, в том числе ответственность за нарушение правил распространения рекламы (статья 60 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации»).

Главный редактор ООО «Альянс-Профи» распространяет рекламу посредством печати рекламных модулей в журнале «В каждый дом», следовательно является рекламораспространителем.

Не соблюдение требований об обязательном информировании, не размещение предупредительной информации при рекламировании товаров, для которых это условие обязательно, влечет за собой нарушение прав потребителя. Задача рекламораспространителя не сводится к перепроверке и указании подлинных данных об изготовителе, товаре, продавце и их реквизитах. За достоверностью следит рекламодатель. Он должен ее обеспечивать и подтверждать в необходимых случаях документально. Рекламораспространитель отвечает за сам факт передачи предоставленных ему сведений. В случае не обеспечения его такой информацией рекламораспространитель вправе потребовать ее от рекламодателя, отказавшись распространять рекламу без нее. В том случае, если рекламораспространитель не перепроверил данные, но разместил их, а они оказались не соответствующими реальным, закон нарушает только рекламодатель.

Согласно статье 3 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. 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;

Таким образом, рекламу следующего содержания: «Выпускной в Нью-Йорке – лучшее место для проведения банкетов по случаю окончания школы или ВУЗа» следует рассматривать как рекламу И П <...>, предоставляющего услуги на неопределенной территории по лучшему месту для проведения выпускных вечеров. Документально ответчиками данное утверждение в рекламе не подтверждено.

Указанная реклама является некорректной, нарушающей требования пункта 1 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

По определению (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В силу частей 6, 8 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель, рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, установленных статьей 5 Федерального закона «О рекламе».

Руководствуясь статьей 33, частью 1 статьи 36, частями 4, 6, статьи 38 Федерального закона о 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-43, 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу рекламопроизводителя, рекламодателя, следующего содержания: «Выпускной в Нью-Йорке – лучшее место для проведения банкетов по случаю окончания школы или ВУЗа» - ненадлежащей, ввиду ее несоответствия пункту 1 части 2 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», в части содержания в рекламе некорректных сравнений рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

2. Признать действия рекламодателя ИП <...>, рекламопроизводителя ООО «Альянс Профи», нарушившими требования пункта 1 части 2 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

3 . Предписание рекламодателю ИП <...>, рекламопроизводителю ООО «Альянс Профи» об устранении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в связи с добравольным устранением правонарушения – не выдавать.

4. Предать материалы дела уполномоченному должностному лицу Ханты-Мансийского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях;

Председатель Комиссии //

Члены Комиссии

//