

РЕШЕНИЕ

19 августа 2010 г.
Новосибирск

г.

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

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

члены Комиссии: Ю.В. Виногорова – главный специалист- эксперт отдела рекламы,

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

К.А. Киселев - специалист- эксперт отдела рекламы,

рассмотрев дело № 40, возбужденное в отношении рекламодателя ООО «Я покупаю - Новосибирск» (юридический адрес: 630007, г. Новосибирск, ул. Октябрьская, д. 42, оф. 312, фактический адрес: 630007, г. Новосибирск, ул. Советская, д. 5, оф. 404, местонахождение единоличного исполнительного органа ООО «Управляющая компания «АБАК-ПРЕСС»: 620014, г. Екатеринбург, ул. Хохрякова, д. 55), по факту размещения в журнале «Я покупаю – Новосибирск» за ноябрь 2009 г.:

1) на стр. 150, в рубрике «Дни открытой кухни» рекламной информации: «Хлеб, сыр, вино: просто и со вкусом» о ресторане «Skopin». На странице, в том числе изображены винные бутылки, на этикетках которой частично просматривается название вин «BAI GORRI...», «LE CUPOLE...», «BOURGOGNE...», с изображением наполненного на три четверти винного бокала, в окружении блюда с кусочками сыра, чесноком и оливковым маслом в пиале, корзины с нарезанным хлебом, а также указана информация следующего содержания: «Baigorri Grianza 2003 Rioja, 1490 руб./Tenuta di Trinoro Le Cupole 2005 Rosso Toskana I.G.T., 2540 руб./ Domanine de la Feuillarde 2005 Bourgogne, 990 руб.»;

2) на стр. 153 журнала «Я покупаю - Новосибирск» за ноябрь 2009 г. рекламной информации: «Шансонье» - мечты сбываются!» о кофейне «Шансонье» под заголовком «Вино с закусками» с изображением темной винной бутылки, на этикетке которой частично просматривается название вина «Volnay 1er ...» «CLOS DES ANGLES» с указанием года «1998», а также изображением наполненного на три четверти винного бокала, в окружении свечей, блюда с сыром, блюда с нарезкой мяса с текстом, в том числе следующего содержания, расположенного непосредственно под описанным выше изображением: «В «Шансонье» на Ленина имеется отличный выбор вин, который сопровождается специально подобранными закусками и блюдами...».

В рекламе отсутствует предупреждение о вреде чрезмерного употребления

алкоголя, которое должно занимать не менее 10% рекламной площади (пространства), что указывает на признаки нарушения:

- ч. 3 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «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).

в присутствии: представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «Я покупаю - Новосибирск», не явился, уведомлен надлежащим образом (почтовое уведомление № 63001127452122, 63001127452253),

У С Т А Н О В И Л А:

В ходе мониторинга, проведенного Новосибирским УФАС России в декабре 2009 г., рекламной информации, размещаемой в печатных средствах массовой информации (СМИ), распространяемых на территории г. Новосибирска на предмет соблюдения требований Закона о рекламе, был произведен осмотр СМИ – журнала «Я покупаю - Новосибирск» за ноябрь 2009 г.

В результате установлено, что

на стр. 150, в рубрике «Дни открытой кухни» размещена рекламная информация: «Хлеб, сыр, вино: просто и со вкусом» о ресторане «Skopin». На странице, в том числе, изображены винные бутылки, на этикетках которых частично просматривается название вин «BAI GORRI...», «LE CUPOLE...», «BOURGOGNE...», также изображен наполненным на три четверти винный бокал, в окружении блюда с кусочками сыра, чесноком и оливковым маслом в пиале, корзины с нарезанным хлебом, а также указана информация следующего содержания: «Baigorri Grianza 2003 Rioja, 1490 руб./Tenuta di Trinoro Le Cupole 2005 Rosso Toskana I.G.T., 2540 руб./Domanine de la Feuillarde 2005 Bourgogne, 990 руб.»;

на стр. 153, размещена рекламная информация: «Шансонье» - мечты сбываются!» о кофейне «Шансонье» под заголовком «Вино с закусками» с изображением темной винной бутылки, на этикетке которой частично просматривается название вина «Volnay 1er ...» «CLOS DES ANGLES» с указанием года «1998», а также изображен наполненный на три четверти винный бокал, в окружении свечей, блюда с сыром, блюда с нарезкой мяса с текстом; в том числе следующего содержания, расположенного непосредственно под описанным выше изображением: «В «Шансонье» на Ленина имеется отличный выбор вин, который сопровождается специально подобранными закусками и блюдами...».

В рекламных сообщениях отсутствует предупреждение о вреде чрезмерного употребления алкоголя, которое должно занимать не менее 10% рекламной площади (пространства), что указывает на признаки нарушения п. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

В ходе проверки установлено также следующее.

Согласно представленным по запросу антимонопольного органа документам, журнал «Я покупаю - Новосибирск», зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи и массовых коммуникаций и охране культурного наследия в соответствии со свидетельством ПИ № ФС77-24177 от 20 апреля 2006 г. (учредителем является ООО «Издательство «Пульс цен»).

Рекламная информация: «Хлеб, сыр, вино: просто и со вкусом» размещена на основании договора №52 на оказание рекламных услуг от 06.04.2009 г., заключенному между ООО «Рекламное бюро» и ООО «Фэт-Премиум».

На запрос антимонопольного органа ООО «Фэт-Премиум» был представлен согласованный макет, в котором имелась необходимая предупредительная надпись, акт зачета взаимных требований от 13.11.2009 г., акт № РБ – 234146 от 5.11.2009 г., согласно которому услуги выполнены полностью и в срок, заказчик по объему, качеству и срокам оказания услуг претензий не имеет; акт № 00000025 от 15.10.2009 г.

Рекламная информация: «Шансонье» - мечты сбываются!» размещена на основании договора №125 на оказание рекламных услуг от 12.10.2009 г., заключенному между ООО «Рекламное бюро» и ООО «Супер Дринк».

На запрос антимонопольного органа ООО «Супер Дринк» был представлен согласованный макет, в котором имелась необходимая предупредительная надпись, платежное поручение № 996 от 20.10.2009 г. об оплате за разменную информацию и акт № РБ – 234114 от 5.11.2009 г., согласно которому услуги выполнены полностью и в срок, заказчик по объему, качеству и срокам оказания услуг претензий не имеет.

Также согласно письменным пояснениям директора ООО «Супер Дринк» Лосевой С.Г., макет рекламной информации был согласован по электронной почте, подписан был распечатанный макет в черно-белом виде. В момент согласования надпись о предупреждении вреда употребления алкоголя была. После выхода журнала ее отсутствие не заметили, так как все внимание было приковано к содержанию материала, следовательно, акты были подписаны.

Главным редактором журнала Эсауленко Л.Н. кроме названных выше договоров были представлены согласованные с рекламодателями макеты, в которых имелась необходимая предупредительная надпись о вреде употребления алкоголя, акт № РБ – 234146 от 5.11.2009 г., акт № РБ – 234114 от 5.11.2009 г.

В своих письменных пояснениях, Эсауленко Л.Н. указывает, что рекламная информация о ресторане «Скопин» и кофейне «Шансонье» в журнале «Я покупаю – Новосибирск» вышла без предупреждения о вреде чрезмерного употребления алкогольной продукции по техническим причинам. Журнал верстается в дизайнерской, редакторской программе K4, а затем передается для печати по сети Интернет на сервер типографии. При конвертации из программы K4 в программу типографии произошел технический сбой и со страниц 150 и 153 журнала «вылетели» вертикальные шрифты. Именно вертикальным шрифтом в рекламе кофейни «Шансонье» было написано предупреждение о вреде чрезмерного употребления алкогольной продукции, которое занимало 10% от рекламного пространства, в котором упоминается алкогольная продукция. Данный факт подтверждают согласованные рекламные макеты, в которых

содержится предупреждение о вреде чрезмерного употребления 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.

В силу п. 2 ст. 3 названного закона, объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

В рассматриваемых рекламных сообщениях внимание привлекается к двум объектам рекламирования – самому заведению общественного питания ресторану «Скопин» (как продавцу товара), а также винам, изображенным в рекламной статье (т.е. определенная группа товаров - алкогольная продукция, имеющаяся в продаже у конкретного лица). Аналогична ситуация и с макетом кофейни «Шансонье».

Данные выводы подтверждаются имеющейся судебной практикой (например, Постановление ФАС Уральского округа № Ф09-8486/08-С1 от 17.11.2008 г., Постановление ФАС Уральского округа от 26.01.2008 г. № Ф09-10574/08-С1).

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).

В соответствии с п.7 ст.3 Закона о рекламе, рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламные материалы о ресторане «Скопин» и кофейне «Шансонье» размещены в СМИ «Я покупаю. Новосибирск» на основании Агентского договора № 030/3 от 01.04.2006 г., заключенного между ООО «Рекламное бюро» (агент) и ООО «Я покупаю - Новосибирск» (принципал), согласно которому агент обязуется за вознаграждение совершать по поручению принципала юридические и иные действия, обусловленные предметом и целью настоящего договора. Такие действия могут совершаться агентом от своего имени, но за счет принципала.

В свою очередь между ООО «Я покупаю - Новосибирск» и ООО Издательство «Пульс цен» (учредитель и издатель СМИ «Я покупаю – Новосибирск») заключен договор о размещении информационных материалов № 049-7/ИМ от 2.04.2007 г. и договор поставки № 2456/31 от 1.04.2006г.

Согласно названным договорам, информационным наполнением и распространением журнала «Я покупаю – Новосибирск» занимается ООО «Я покупаю – Новосибирск».

В соответствии с п. 1.1 Договора о размещении информационных материалов №

049-7/ИМ от 02.04.2007 г. ООО Издательство «Пульс цен» размещает информационные материалы ООО «Я покупаю - Новосибирск» в журнале «Я покупаю - Новосибирск». Согласно п. 2.1.2. указанного договора, ООО «Я покупаю - Новосибирск» обязуется обеспечить строгое соблюдение содержания информационных материалов требованиям законодательства РФ. При этом под информационными материалами понимаются рекламные материалы, информационные материалы, справочная информация, статьи, репортажи, интервью, и др. (п. 1.2. Договора).

В силу п. 1.1. Договора поставки № 2456/31 от 1.04.2006г. ООО Издательство «Пульс цен» передает в собственность ООО «Я покупаю - Новосибирск» тираж журнала «Я покупаю - Новосибирск».

Таким образом, из совокупности имеющихся доказательств в материалах дела распространителем выступает ООО «Я покупаю – Новосибирск».

За нарушение требований ч.3 ст. 21 ответственность несет рекламораспространитель (ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе).

Согласно п.4 абз. 1 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации. 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, размещенную в журнале «Я покупаю – Новосибирск» за ноябрь 2009 г.:

- «Хлеб, сыр, вино: просто и со вкусом» о ресторане «Skopin». На странице в том числе изображены винные бутылки, на этикетках которых частично просматривается название вин «BAI GORRI...», «LE CUPOLE...», «BOURGOGNE...», с изображением наполненного на три четверти винного бокала, в окружении блюда с кусочками сыра, чесноком и оливковым маслом в пиале, корзины с нарезанным хлебом, а также с указанием информации следующего содержания: «Baigorri Grianza 2003 Rioja, 1490 руб./Tenuta di Trinoro Le Cupole 2005 Rosso Toskana I.G.T., 2540 руб./ Domanine de la Feuillarde 2005 Bourgogne, 990 руб.», размещенную на стр. 150;

- «Шансонье» - мечты сбываются!» о кофейне «Шансонье» под заголовком «Вино с закусками» с изображением темной винной бутылки, на этикетке которой частично просматривается название вина «Volnay 1er ...» «CLOS DES ANGLES» с указанием года «1998», а также изображением наполненного на три четверти винного бокала, в окружении свечей, блюда с сыром, блюда с нарезкой мяса; с текстом, в том числе следующего содержания, расположенного непосредственно под описанным выше изображением: «В «Шансонье» на Ленина имеется отличный выбор вин, который сопровождается специально подобранными закусками и блюдами...», размещенной на стр. 153, ненадлежащей рекламой,

а Общество с ограниченной ответственностью «Я покупаю - Новосибирск» (юридический адрес: 630007, г. Новосибирск, ул. Октябрьская, д. 42, оф. 312, фактический адрес: 630007, г. Новосибирск, ул. Советская, д. 5, оф. 404, местонахождение единоличного исполнительного органа ООО «Управляющая компания «АБАК-ПРЕСС»: 620014, г. Екатеринбург, ул. Хохрякова, д. 55) нарушившим требования ч. 3 ст. 21 Закона 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).

2. В связи с добровольным устранением нарушения ООО «Я покупаю - Новосибирск» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать.

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

Решение изготовлено в полном объеме «20» августа 2010 г.

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

Председатель Комиссии
Лопаткина

_____ Т.В.

Члены Комиссии
Виногорова

_____ Ю.В.

_____ Е.А. Скоп

_____ К.А. Киселев