РЕШЕНИЕ

24 февраля 2012 г. г. Новосибирск

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: И.В. Волохина – главный специалист-эксперт отдела рекламы;

И.Р. Носкова – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы;

Е.А. Бессонова - специалист-эксперт отдела рекламы;

рассмотрев дело № 2, возбужденное в отношении ООО «Арт и Арт» по факту размещения в журнале «Chief Time» (Новосибирск), октябрь 2011г., рекламы, с признаками нарушения ст. 16 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»), согласно которой размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой "реклама" или пометкой "на правах рекламы",

в присутствии представителей:

заявителя - ООО «Медиа» - не явился, уведомлен надлежащим образом;

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «Арт и Арт», «….»

УСТАНОВИЛА:

По результатам проведенной Новосибирским УФАС России проверки по заявлению ООО «Медиа» (вх.№9569 от 09.11.11) по факту размещения в журнале «Chief Time» (Новосибирск), октябрь 2011г., текста рекламы без пометки «реклама» или «на правах рекламы», установлено следующее.

В соответствии с п.1 ст. 3 ФЗ «О рекламе», 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.

Исходя из содержания, направленности и формы распространения, в журнале «Chief Time» (Новосибирск), в октябре 2011г. размещалась следующая реклама:

«MEUCCI FIRENZE» (стр.2-3),

«Оптический салон «Тамара» (стр.4-5),

«IMPERIO GRANDE» (стр.9),

«spa Небо» (стр.11),

«Меховой салон «Надин» (стр. 13),

«Водкин Дом» (стр.17),

«Шинный магазин Pole Position» (стр.19),

«Оптический салон Тамара» (стр.36-37),

«Меховой салон NADINE» (стр.39),

«Продюсерский центр Art&Art» (стр. 43),

«Геометрия» (стр.45),

«Ресторан «Островский» (стр.49),

«Галерея дверей КВАДРО» (стр.58-59),

«Первая юридическая компания. Первая по праву» (стр.75),

«Lapponia Sibir» (стр.82),

«Техника для активного отдыха» (внутренняя сторона обложки),

«Галерея дверей КВАДРО» (обложка журнала), без пометки «реклама» или «на правах рекламы».

Общий объем рекламы составляет 21 % объема одного номера рассматриваемого издания.

Согласно свидетельству о государственной регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-43869 от 09.02.2011г., журнал «Chief time», распространяемый на территории РФ, зарегистрирован в качестве информационно-аналитического издания, с рекламой не более 40 %.

В соответствии со ст.16 ФЗ «О рекламе», размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой "реклама" или пометкой "на правах рекламы".

Реклама «Первая юридическая компания. Первая по праву», размещаемая на стр. 75 рассматриваемого журнала, размещалась на основании Договора № 5 от 13.10.2011г., заключенного между ООО «Арт и Арт» (Исполнитель) и ООО «Первая юридическая компания» (Заказчик) (включая приложение № 1 к указанному Договору).

Реклама «Оптический салон ТАМАРА» размещалась на основании Договора № 1

от 13.10.2011г., заключенного между ООО «Арт и Арт» и ЗАО Производственно-медицинский центр «Зрение» в соответствии с приложением № 1 к Договору. Акт № 1 от 13.10.2011г. на выполнение работ-услуг сторонами подписан. Услуги за размещение рекламных материалов оплачены по счету № 1 от 13.10.2011г. (платежное поручение № 821 от 15.11.2011г.).

Реклама «Галерея дверей КВАДРО» размещена на основании Договора № 5 от 13.10.2011г., заключенного между ООО «Арт и Арт» и ООО «Элит-Дизайн», в соответствии с приложением № 1 к Договору № 7 от 13.10.2011г. Акт № 6 от 13.10.2011г. на выполнение работ-услуг сторонами подписан. Услуги за размещение рекламных материалов оплачены по счету № 6 от 13.10.2011г. (платежное поручение № 5 от 01.11.2011г.).

Согласно п.1.1 указанных Договоров, Заказчик поручает, а Исполнитель принимает на себя обязательства по изготовлению и размещению рекламно-информационного материала Заказчика журнала «Chief time», согласно приложению № 1 к договору.

Как следует из письменных поясней руководителя проекта ООО «Арт и Арт» (вх.№ 11122 от 26.12.2011г.), часть договоров (по остальной рекламе) находятся на согласовании у рекламодателей в связи с внесением изменений, на подписании, не со всеми рекламодателями подписаны акты сдачи-приемки.

Поскольку рассматриваемое СМИ является периодическим печатным изданием, не специализирующимся на сообщениях и материалах рекламного характера, а размещаемая в нем реклама не сопровождается пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы», данная реклама нарушает ст. 16 ФЗ «О рекламе».

Ответственность за нарушение ст.16 ФЗ «О рекламе» несет рекламораспространитель (ч.7 ст.38 закона о рекламе).

Рекламораспространителем признается лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (п.7 ст. 3 ФЗ «О рекламе»).

Учредителем журнала, в соответствии со свидетельством о регистрации СМИ, является ООО «ЧИФМАРК» (г.Санкт-Петербург); территория распространения журнала – РФ.

При этом, Договором № 01/09 от 20.09.2011г. ООО «Чифмарк» передает ООО «Арт и Арт» (Издатель) право на использование названия «Chief time-Novovsibirsk» ШЕФ-Новосибирск» в издательской деятельности; право на издание и распространение печатной продукции с названием «Chief time-Novovsibirsk» ШЕФ-Новосибирск» на территории г.Новосибирска и Новосибирской области.

Согласно п. 1.5. Договора № 01/09 от 20.09.2011г., ООО «Чифмарк» оставляет за собой исключительное право на ведение, от лица Издателя, всех переговоров с рекламодателями регионов, не входящих в настоящий договор, на размещение рекламно-информационных материалов в издании «Chief time-Novovsibirsk» ШЕФ-Новосибирск».

Издатель имеет право самостоятельно, соблюдая положения п.п. 1.5, 3.1.3, 3.1.6 и 3.1.7 данного договора, вести переговоры с организациями, ведущими

деятельность и находящимися на территории г.Новосибирска и области, и осуществлять сбор РИМ в «Chief time-Novovsibirsk» ШЕФ-Новосибирск» (п. 3.2.1 Договора № 01/09 от 20.09.2011г.).

В соответствии с п. 3.2.2. Договора № 01/09 от 20.09.2011г., Издатель обязуется, соблюдая положения договора, вести переговоры с компаниями, ведущими деятельность и находящимися на территории г.Новосибирска и области для осуществления размещения РИМ этих компаний во все издания сети «Chief time», предварительно согласовывая условия размещения с ООО «Чифмарк». Непосредственно размещение РИМ указанных компаний в издания сети «Chief time» осуществляется журналом.

ООО «Чифмарк» обязуется до 5 числа месяца, предшествующего выходу очередного номера, подготовить и электронным путем в виде сверстанных полос передать Издателю для размещения в журнале редакционные материалы ООО «Чифмарк» в соответствии с имеющимся у него банком материалов (п. 3.3.1 Договора № 01/09 от 20.09.2011г.).

Таким образом, рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ООО «Арт и Арт» (ОГРН 1065406065449).

Кроме того, в рассматриваемом журнале размещалась информация об алкогольной продукции – водке «TRU Organic» (стр. 70), а также вине «Abissi» (стр.72), - без предупреждения о вреде ее чрезмерного потребления.

В соответствии с ч.3 ст.21 ФЗ «О рекламе», реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, при чем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

При этом, как установлено материалами дела, данный материал является редакционным и не направлен на продвижение товара на рынке. У антимонопольного органа отсутствует информация о наличие на российском рынке указанной продукции. Информация о водке «TRU Organic» и вине «Abassi» является справочно-информационной.

Согласно п.3 ч.2 ст.2 ФЗ «О рекламе», требования ФЗ «О рекламе» не распространяются справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой.

Таким образом, нарушение ч.3 ст.21 ФЗ «О рекламе» материалами дела не установлено.

При рассмотрении дела на Комиссии представитель ООО «Арт и Арт» не согласилась с наличием нарушения ст.16 ФЗ «О рекламе», ссылаясь на то, что в соответствии с Уставом редакции журнала «Chief Time», рассматриваемое печатное издание специализируется на сообщениях и материалах рекламного характера, следовательно требования ст. 16 ФЗ «О рекламе», в части сопровождения материала пометками «реклама» или «на правах рекламы», на данное издание не распространяется.

Комиссией данные доводы не приняты, т.к. противоречат фактическим обстоятельствам дела, поскольку специализация издания определяется в свидетельстве о его регистрации.

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 рекламу:

«MEUCCI FIRENZE» (стр.2-3),

«Оптический салон «Тамара» (стр.4-5),

«IMPERIO GRANDE» (стр.9),

«spa Небо» (стр.11),

«Меховой салон «Надин» (стр. 13),

«Водкин Дом» (стр.17),

«Шинный магазин Pole Position» (стр.19),

«Оптический салон Тамара» (стр.36-37),

«Меховой салон NADINE» (стр.39),

«Продюсерский центр Art&Art» (стр. 43),

«Геометрия» (стр.45),

«Ресторан «Островский» (стр.49),

«Галерея дверей КВАДРО» (стр.58-59),

«Первая юридическая компания. Первая по праву» (стр.75),

«Lapponia Sibir» (стр.82),

«Техника для активного отдыха» (внутренняя сторона обложки),

«Галерея дверей КВАДРО» (обложка журнала),

размещавшуюся в журнале «Chief Time» (Новосибирск), октябрь 2011г., без пометки «реклама» или «на правах рекламы», ненадлежащей, а

ООО «Арт и Арт» (ОГРН 1065406065449) нарушившим ст.16 ФЗ «О рекламе», согласно которой размещение текста рекламы в периодических печатных

изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой "реклама" или пометкой "на правах рекламы". Объем рекламы в таких изданиях должен составлять не более чем сорок процентов объема одного номера периодических печатных изданий. Требование о соблюдении указанного объема не распространяется на периодические печатные издания, которые зарегистрированы в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера и на обложке и в выходных данных которых содержится информация о такой специализации.

2. Выдать ООО «Арт и Арт» 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 07 марта 2012 г.

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

Председатель Комиссии _____ Т.В. Лопаткина

Члены Комиссии _____ И.В. Волохина

_____И.Р. Носкова

_____ Е.А. Бессонова

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

07 марта 2012 г. г. Новосибирск

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: И.В. Волохина – главный специалист-эксперт отдела рекламы;

И.Р. Носкова – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы;

Е.А. Бессонова - специалист-эксперт отдела рекламы;

на основании своего решения от 07 марта 2012г. по делу № 2 о признании ненадлежащей рекламы, размещавшейся в журнале «Chief Time» (Новосибирск), октябрь 2011г., с нарушением ст. 16 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»), и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 ФЗ «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 «Арт и Арт» (ОГРН 1065406065449; юридический адрес: 630099, г.Новосибирск. пр. Димитрова, д.18) в десятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно, не допускать распространение рекламы с нарушением:

ст. 16 ФЗ «О рекламе», согласно которой размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой "реклама" или пометкой "на правах рекламы". Объем рекламы в таких изданиях должен составлять не более чем сорок процентов объема одного номера периодических печатных изданий. Требование о соблюдении указанного объема не распространяется на периодические печатные издания, которые зарегистрированы в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера и на обложке и в выходных данных которых содержится информация о такой специализации,

в том числе рекламы:

«MEUCCI FIRENZE», «Оптический салон «Тамара», «IMPERIO GRANDE», «spa Небо», «Меховой салон «Надин», «Водкин Дом», «Шинный магазин Pole Position»,

«Оптический салон Тамара», «Продюсерский центр Art&Art»,«Геометрия», «Ресторан «Островский», «Галерея дверей КВАДРО», «Первая юридическая компания. Первая по праву», «Lapponia Sibir», «Техника для активного отдыха».

2. Обществу с ограниченной ответственностью «Арт и Арт» представить в Новосибирское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 30 марта 2012 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 о рекламе 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.

Председатель Комиссии _____ Т.В. Лопаткина

Члены Комиссии _____ И.В. Волохина

_____ И.Р. Носкова

_____ Е.А. Бессонова