

РЕШЕНИЕ по делу № 68

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председателя Комиссии – <...> – руководителя управления и членов Комиссии – <...> – нач. отдела финансовых рынков и рекламы, <...> – вед. специалиста-эксперта отдела финансовых рынков и рекламы,

в присутствии:

<> – представителя ООО «Гармония» по доверенности от 12.05.2012,

<> – представителя ИП <> по доверенности от 10.04.2012,

протокол вела <...> – специалист 2 разряда отдела финансовых рынков и рекламы,

рассмотрев дело № 68 по признакам нарушения ООО «Гармония» и ИП <> п. 1 и п. 4 ч. 1 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.,

УСТАНОВИЛА:

11.04.2012 в Кировское УФАС России от физического лица поступило сообщение о нарушении действующего рекламного законодательства при размещении в газете «Про город» от 24.09.2011 № 39 на 27 странице рекламной статьи «Пустите в свой дом Италию», рассказывающей о вине, производимом из сорта винограда «Ламбруско».

В указанной статье содержится следующая информация: «Ламбруско» - это простое вино, в то же время – сочное, с ароматным букетом, трепещущее во рту, необычайно приятное, отчасти немного детское. **Великолепно утоляет жажду при обильном столе...** К «Ламбруско» нельзя относиться всерьез – **оно дарит сиюминутное наслаждение!**... Легкая игристость этих вин делает их неповторимыми для тех, кто предпочитает легкий, приятный напиток к ужину, или просто хочет побаловать себя чем-то в свой выходной день, **они получают истинное удовольствие от общения с «Ламбруско».**

Статья сопровождается предупреждением о вреде чрезмерного употребления алкоголя и фотографией бутылки вина «Ламбруско Боско Дель Эмилия», которая, согласно информации в рекламе, была предоставлена ООО «Гармония».

Учитывая тот факт, что указанная рекламная информация содержала признаки нарушения п. 1 и п. 4 ч. 1 ст. 21 Федерального закона «О рекламе», в отношении рекламоателя – ООО «Гармония» было возбуждено производство по делу.

Впоследствии к рассмотрению дела дополнительно в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства, был привлечен рекламопроизводитель и рекламораспространитель ИП <..>

Рассмотрение дела продлевалось.

На Комиссии представитель ООО «Гармония» пояснила следующее: «ООО «Гармония» размещает свою рекламу в газете «Про город». Рекламная информация для размещения в газете № 39 нашей компанией была оплачена заранее, т.е. путем предоплаты. Текст статьи мы не предоставляли и не согласовывали, для размещения рекламы с нашей стороны была лишь предоставлена фотография бутылки вина «Ламбруско». Поэтому считаем, что нарушение законодательства о рекламе произошло не по нашей вине. Кроме того, в соответствии с договором на оказание рекламных услуг уполномоченным лицом на подписание всех документов, связанных с размещением рекламной информации, является генеральный директор ООО «Гармония». В материалах дела отсутствуют документы, подписанные указанным лицом. Отсутствуют также документы, которые подтверждают то, что услуги по размещению рекламы нам были оказаны надлежащим образом, а также о том, что компания является автором спорной статьи. Поэтому просим производство по делу в отношении ООО «Гармония» прекратить».

На Комиссии представитель ИП <> пояснила следующее: «ИП <> является рекламопроизводителем и рекламораспространителем спорной статьи. Рекламный материал нам был предоставлен ООО «Гармония» в электронном виде, однако доказательства этого у нас не сохранились. Согласно ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за рассматриваемые нарушения несет рекламоатель, а при наличии вины и рекламопроизводитель. Публикация рекламы производилась по 100% предоплате. После размещения рекламы от ООО «Гармония» требований о возврате предоплаты, а также каких-либо претензий и жалоб к содержанию и тексту не поступало. Следовательно, ООО «Гармония» согласилось с содержанием статьи и приняло ее».

Изучив имеющиеся документы, заслушав доводы представителей лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения рекламного законодательства, Комиссия установила, что нарушение п. 1 и п. 4 ч. 1 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» произошло по вине рекламопроизводителя ИП <> В отношении рекламоателя ООО «Гармония» производство по делу подлежит прекращению.

Выводы Комиссии основаны на следующем:

Согласно ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «О рекламе», рекламой является информация, распространяемая 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. Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, размещенная в газете «Про город» от 24.09.2011 № 39 на 27 странице под названием «Пустите в свой дом Италию», рассказывающая о вине, производимом из сорта винограда «Ламбруско», соответствует требованиям статьи 3 и является рекламой алкогольной продукции (вина).

Как было установлено, указанная выше статья содержала следующую информацию: «Ламбруско» - это простое вино, в то же время – сочное, с ароматным букетом, трепещущее во рту, необычайно приятное, отчасти немного детское. **Великолепно утоляет жажду при обильном столе...**К «Ламбруско» нельзя относиться всерьез – **оно дарит сиюминутное наслаждение!**...Легкая игристость этих вин делает их неповторимыми для тех, кто предпочитает легкий, приятный напиток к ужину, или просто хочет побаловать себя чем-то в свой выходной день, **они получают истинное удовольствие от общения с «Ламбруско».**

Статья сопровождается предупреждением о вреде чрезмерного употребления алкоголя и фотографией бутылки вина «Ламбруско Боско Дель Эмилия», которая, согласно информации в рекламе, была предоставлена ООО «Гармония».

Согласно ч. 1 ст. 5 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

Ненадлежащей признается реклама не соответствующая требованиям законодательства РФ (ст. 3 Закона).

В части 1 статьи 21 Закона «О рекламе» установлены требования к содержанию рекламы алкогольной продукции. Эти нормы направлены на снижение силы эмоционального воздействия такой рекламы на потребителей.

В пункте 1 и 4 части 1 данной статьи указано, что реклама алкогольной продукции не должна: содержать утверждение о том, что употребление алкогольной продукции имеет важное значение для достижения общественного признания, профессионального, спортивного или личного успеха либо способствует улучшению физического или **эмоционального состояния**; содержать упоминание о том, что употребление алкогольной продукции является одним из **способов утоления жажды**.

При этом под словом «утверждение» следует понимать: «1. Утверждать и утверждаться; 2. Положение, мысль, высказывание, доказывающие, утверждающие что-либо» (Большой толковый словарь русского языка). Из приведенного словарного комментария следует, что данная норма в основном относится к письменной и устной форме донесения информации в рекламе.

На основании лексического значения слова «эмоции», так же приведенного в Большом толковом словаре русского языка, к признакам улучшения эмоционального состояния могут быть отнесены фрагменты текста и элементы

изображения, которые свидетельствуют о субъективных реакциях человека на воздействие внешних раздражителей, проявляющиеся в виде радости и удовольствия.

Учитывая вышеизложенное, правомерно сделать следующие выводы.

Используемые в статье фразы о том, что «К «Ламбруско» нельзя относиться всерьез – **оно дарит сиюминутное наслаждение!**... Легкая игристость этих вин делает их неповторимыми для тех, кто предпочитает легкий, приятный напиток к ужину, или просто хочет побаловать себя чем-то в свой выходной день, **они получают истинное удовольствие от общения с «Ламбруско»**, свидетельствуют о том, употребление данного вина улучшает эмоциональное состояние.

Кроме того, фраза о том, что вино «Ламбруско» **«великолепно утоляет жажду при обильном столе»** содержит утверждение о том, что употребление вина является одним из **способов утоления жажды**.

Таким образом, используемые в статье ассоциации удовольствия, радости, наслаждения жизнью, удовлетворения физиологических потребностей человека, в контексте статьи напрямую увязаны с объектом рекламирования – вином, производимым из сорта винограда «Ламбруско».

Учитывая изложенное, спорная реклама размещена с нарушением требований пункта 1 и пункта 4 части 1 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение п. 1 и п. 4 ч. 1 ст. 21 Закона несет рекламодатель.

Рекламопроизводитель также может нести ответственность за нарушение требований п. 1 и п. 4 ч. 1 ст. 21 Закона, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Как было установлено в ходе рассмотрения дела, между ООО «Гармония» (Заказчик) и ИП <> (Исполнитель) заключен договор № 266 от 04.12.2009. Предметом данного договора является возмездное оказание услуг по производству и размещению рекламных и информационных материалов в СМИ «Про город», распространяемом на территории города Кирова.

В соответствии с п. 1.3 договора уполномоченным представителем Заказчика на подписание заявок, согласование материалов и т.п. является генеральный директор ООО «Гармония». В материалах дела отсутствуют какие-либо документы, в том числе согласованный текст спорной рекламы, подписанные уполномоченным лицом, которые могли бы свидетельствовать о том, что содержание всей рекламной информации было определено Заказчиком. Представитель ООО «Гармония» факт предоставления для размещения статьи в готовом виде отрицает.

Согласно п. 2.3.4 договора Исполнитель обязан своевременно устно предупредить Заказчика о возможных нарушениях законодательства о рекламе в части содержания рекламной информации. В том случае, если Заказчик настаивает на размещении рекламы, не соответствующей действующему законодательству, то он несет всю ответственность за нарушение законодательства. При этом подтверждающим документом является

предупредительное письмо, с которым Заказчик знакомится под роспись.

Пунктом 2.4.1 установлено, что Исполнитель вправе отказаться от выполнения работ (услуг) в случае, если материалы и информация, предоставляемые Заказчиком по своему содержанию, оформлению не соответствуют требованиям, установленным действующим законодательством.

В рассматриваемом случае при должной предусмотрительности Исполнитель обязан был согласовать текст и предупредить Заказчика о нарушении действующего рекламного законодательства при размещении спорной статьи в газете, о чем должен был составить соответствующее письмо и ознакомить с ним уполномоченное лицо Заказчика под роспись.

Помимо этого, в соответствии с заключенным договором у Исполнителя имеется право вообще отказаться о размещения рекламной информации, которая содержит нарушение действующего законодательства.

Доказательства того, что Исполнителем (рекламопроизводитель и рекламодатель) были предприняты все необходимые меры по предупреждению и пресечению размещения ненадлежащей рекламы алкогольной продукции, в материалах дела отсутствуют, и сторонами не было представлено.

Поэтому Комиссия считает, что нарушение действующего рекламного законодательства произошло по вине рекламопроизводителя ИП <>

В отношении рекламодателя - ООО «Гармония» производство по делу следует прекратить.

Так как на момент рассмотрения дела ненадлежащая реклама не распространяется, и носила разовый характер, Комиссия решила предписание ИП <> не выдавать.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Комиссия считает необходимым привлечь ИП <> к административной ответственности.

Руководствуясь ст. 2, ст. 3, ст. 21, ст. 33, ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, размещенную в газете «Про город» от 24.09.2011 № 39 на 27 странице под названием: «Пустите в свой дом Италию», рассказывающую о вине, производимом из сорта винограда «Ламбруско», так как она противоречит требованиям п. 1 и п. 4 ч. 1 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать ИП <>, нарушившим п. 1 и п. 4 ч. 1 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

3. ИП <> предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства не выдавать.

4. В отношении ООО «Гармония» производство по делу прекратить.

5. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Кировского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 КоАП РФ, в отношении ИП <>

Решение изготовлено в окончательной форме 20.06.2012 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном ст. 198 АПК РФ.