УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ

ПО КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

РЕШЕНИЕ

05 мая 2010 года № Р – 05/2010 Калининград

Решение изготовлено в полном объеме 05 мая 2010 года.
Резолютивная часть решения была оглашена на заседании комиссии Калининградского УФАС России 20 апреля 2010 года.
Комиссия Калининградского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

| | | |
|---|---|---|
| Председатель комиссии: | Арефьева И.С. | руководитель Калининградского УФАС России; |
| Члены комиссии: | Боброва О.А. | заместитель руководителя Калининградского УФАС России; |
| | Курятникова К.Ю. | старший специалист 1-ого разряда отдела контроля органов власти, размещения заказов и рекламы Калининградского УФАС России, |

в присутствии лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:
- ЗАО «Информационно-рекламная служба «39 регион»;
- ООО «Карбон Плюс»;
- ООО «Редюит-Трейд»;
- ООО «Бэкон»,

рассмотрев дело № Р-05/2010 возбужденное по признакам нарушения п. 4 ч. 2, ч. 3 ст. 22 Федерального закона "О рекламе" в отношении,

ЗАО «Информационно-рекламная служба «39 регион», ООО «Карбон Плюс» ,
ООО «Редюит-Трейд»
и
ООО «Бэкон»

УСТАНОВИЛА:

23.11.2009 г. в Калининградское УФАС России поступила жалоба гр-на ХХХ.
Заявитель сообщает, что в журнале «Калининградский Бизнес-журнал» и «Выбирай соблазны большого города. Калининград» распространяется реклама алкогольной продукции, а также пива и напитков, изготавливаемых на его основе без соблюдения требований предъявляемых Законом «О рекламе» к указанию обязательного предупреждения.
В ходе рассмотрения данного заявления Калининградским УФАС России установлено, что в журнале «Выбирай — Калининград» № 14 (33) 2009 г.
- на стр. 11 размещена реклама пивного бара «Редюит». В данной рекламе размещена следующая информация: «Единственное пиво в Калининграде, сваренное на немецком солоде, немецком хмеле, немецких дрожжах. Пиво «Редюит» - эликсир жизни». Площадь предупреждения составляет 1,7 % от общей площади рекламного пространства.
В соответствии с ч. 3 ст. 22 Федерального закона от 16.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (рекламного пространства).
Согласно ч. 6 и ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных ч. 3 ст. 22 Федерального закона о рекламе несут рекламодатель и рекламораспространитель.

- на стр. 46 размещена реклама пивного ресторана «DREADNOUGHT». В данной рекламе имеется информация о ланчах, схема проезда, акциях, а также имеется следующая информация: «Приглашаем всех попробовать пиво под одноименной маркой «Дредноут», сваренное европейской пивоварней. Отличное светлое, темное и живое пиво из ячменного солода под маркой «Дредноут». Без указания обязательного предупреждения о вреде чрезмерного потребления пива.
В соответствии с ч. 3 ст. 22 Федерального закона от 16.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде чрезмерного потребления пива и напитков, изготавливаемых на его основе.
Согласно ч. 6 и ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных ч. 3 ст. 22 Федерального закона о рекламе несут рекламодатель и рекламораспространитель.
- на стр. 107 журнала размещена реклама ресторана — пивоварни «3 ступени». В данной рекламе изображена пивная кружка и имеется следующая информация: «семейный ресторан, домашняя кухня, 6 новых сортов пива.....». Площадь предупреждения составляет 2,5 % от общей площади рекламного пространства.
В соответствии с ч. 3 ст. 22 Федерального закона от 16.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (рекламного пространства).
Согласно ч. 6 и ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных ч. 3 ст. 22 Федерального закона о рекламе несут рекламодатель и рекламораспространитель.
В соответствии с п. 4 ч. 2 ст. 22 Закона о рекламе, реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, не должна размещаться на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов.
Согласно ч. 7 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных ч. 2 ст. 22 Федерального закона о рекламе несет рекламораспространитель.
В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «О рекламе» под рекламой понимается 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.
Определением от 22.01.2010 в отношении ЗАО «Информационно-рекламная служба «39 регион», ООО «Карбон Плюс», ООО «Редюит-Трейд», ООО «Бэкон» было возбуждено дело № Р-04/2010 по признакам нарушения п. 4 ч. 2, ч. 3 ст. 22 Закона о рекламе.
Определением от 26.02.2010 рассмотрение дела отложено на 18.03.2010 и продлен срока до 21.03.2010.
Определением от 22.03.2010 рассмотрение дела отложено на 02.04.2010 и продлен срока до 21.04.2010 в связи с необходимостью получения дополнительных доказательств.
Определением от 02.04.2010 рассмотрение дела отложено на 20.04.2010 в связи с необходимостью получения дополнительных доказательств.

Существо дела в изложении ЗАО «Информационно-рекламная служба «39 регион», в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

ЗАО «ИРС «39 регион» согласовало рекламу в соответствии с требованиями законодательства о рекламе. Однако, после верстки журнала «Выбирай» предупреждающая надпись о вреде чрезмерного потребления пива, стала значительно меньше.
Размещение рекламы на обложке журнала согласовывалось с рекламодателем в устной форме.
ЗАО «ИРС «39 регион» в Законе «О рекламе» нормы запрещающей размещения рекламы пива на последней странице и обложке журнала, не обнаружило.
Согласование макета рекламы происходило посредством электронной почты. На стадии согласования макета, рекламодатель имеет возможность внести изменения в макет.
Согласовывается только макет рекламы, место размещения рекламы не согласовывается.
Макет рекламы пивного бара «Редюит» разрабатывался на основе устных переговоров. ЗАО «ИРС «39 регион» должно было подготовить макет, текст рекламы и представить его для согласование.
Однако, макет на согласование ООО «Редюит-Трейд» представлен не был, т. к. был сдан в печать с нарушением сроков.

Слоган «Пиво «Редюит» - эликсир жизни!» был позаимствован у зарубежного пивного заведения. Что касается самого слогана, то ЗАО «ИРС «39 регион» считает, что единственное вещество которое нельзя назвать «эликсиром жизни» является антибиотик и антисептик. Пиво которое делается при натуральном брожении вполне может называться «эликсиром жизни».

Существо дела в изложении ООО «Карбон Плюс», в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

Согласование макета рекламы ресторана-пивоварни «3 ступени» осуществлял исполнительный директор ООО «Карбон Плюс».

Существо дела в изложении ООО «Редюит-Трейд», в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

Согласно толкового словаря Ожегова, эликсир жизни (у средневековых мистиков) - чудодейственный, волшебный напиток, якобы способный сохранить молодость, также перен.: о том, что вливает бодрость, желание жить.
Википедия дает следующее толковании: эликсир жизни — субстанция, дарующая бессмертие.
Термин «эликсир жизни» - не медицинский термин. Это философское, фольклорное, сказочное понятие, использующееся исключительно в художественной литературе. Слова и словосочетания из той же категории: чудо, волшебный, сказочный, неземной, райское наслаждение и т.д., спокойно используются для рекламы товаров и услуг на территории РФ. Спокойно используются так же образы сказочных и книжных героев: домовых, гномов, фей, говорящих животных и т. п.
Факт нарушения нормы ч. 3 ст. 22 ФЗ в части занимающего не менее 10% рекламной площади предупреждения о вреде чрезмерного потребления пива ООО «Редюит-Трейд» не оспаривает. Однако, виновными в данном нарушении Общество себя не считает.
Согласно п. 2.1 договора на размещение рекламы № 403 от 26 октября 2009 года, заключенного между ООО «Редюит-Трейд» и ЗАО «Информационно-рекламная служба «39 регион», заказчик по договору (ООО «Редюит-Трейд») обязан утвердить макет рекламы. Исполнитель по договору («Служба 39 регион») указанный макет заказчику не представил, текст, размер и содержание рекламы не согласовал, а рекламу разместил исключительно по собственной инициативе.
Согласно п. 2.4 договора на размещение рекламы № 403 исполнитель вправе без искажения смысла и содержания рекламы редактировать предоставленный заказчиком текст рекламного материала, если он не соответствует нормам русского языка, а также этическим нормам, стилю газеты или противоречит действующему Законодательству РФ.
В данном случае, разработка текста рекламы, стиль, размеры и оформление были полностью доверены исполнителю. Заказчик взял на себя обязательство оплатить предоставленные услуги.

Обстоятельства, установленные антимонопольным органом на заседании Комиссии:

23.11.2009 г. в Калининградское УФАС России поступила жалоба гр-на XXX.
Заявитель сообщает, что в журнале «Калининградский Бизнес-журнал» и «Выбирай соблазны большого города. Калининград» распространяется реклама алкогольной продукции, а также пива и напитков, изготавливаемых на его основе без соблюдения требований предъявляемых Законом «О рекламе» к указанию обязательного предупреждения.
В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «О рекламе» под рекламой понимается 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 ходе рассмотрения данного заявления Калининградским УФАС России установлено, что в журнале «Выбирай — Калининград» № 14 (33) 2009 г.
- на стр. 11 размещена реклама пивного бара «Редюит». В данной рекламе размещена следующая информация: «Единственное пиво в Калининграде, сваренное на немецком солоде, немецком хмеле, немецких дрожжах. Пиво «Редюит» - эликсир жизни». Площадь предупреждения составляет 1,7 % от общей площади рекламного пространства.
В соответствии с ч. 3 ст. 22 Федерального закона от 16.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Согласно ч. 6 и ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных ч. 3 ст. 22 Федерального закона о рекламе несут рекламодатель и рекламораспространитель.
- на стр. 46 размещена реклама пивного ресторана «DREADNOUGHT». В данной рекламе имеется информация о ланчах, схема проезда, акциях, а также имеется следующая информация: «Приглашаем всех попробовать пиво под одноименной маркой «Дредноут», сваренное европейской пивоварней. Отличное светлое, темное и живое пиво из ячменного солода под маркой «Дредноут». Без указания обязательного предупреждения о вреде чрезмерного потребления пива.
В соответствии с ч. 3 ст. 22 Федерального закона от 16.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде чрезмерного потребления пива и напитков, изготавливаемых на его основе.
Согласно ч. 6 и ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных ч. 3 ст. 22 Федерального закона о рекламе несут рекламодатель и рекламораспространитель.
- на стр. 107 журнала размещена реклама ресторана — пивоварни «3 ступени». В данной рекламе изображена пивная кружка и имеется следующая информация: «семейный ресторан, домашняя кухня, 6 новых сортов пива.....». Площадь предупреждения составляет 2,5 % от общей площади рекламного пространства.
В соответствии с ч. 3 ст. 22 Федерального закона от 16.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (рекламного пространства).
Согласно ч. 6 и ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных ч. 3 ст. 22 Федерального закона о рекламе несут рекламодатель и рекламораспространитель.
В соответствии с п. 4 ч. 2 ст. 22 Закона о рекламе, реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, не должна размещаться на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов.
Согласно ч. 7 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных ч. 2 ст. 22 Федерального закона о рекламе несет рекламораспространитель.
В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», рекламодатель — изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламораспространитель — это лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств; рекламопроизводитель — лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.
25.09.2009 г. ЗАО «Информационно-рекламная служба «39 регион» (далее - Исполнитель) заключило с ООО «Карбон плюс» (далее — Заказчик) договор № 217 на размещение рекламы.
Согласно п.п. 1.1. Договора, договор регулирует взаимоотношения между Исполнителем и Заказчиком на размещение рекламно-информационного материала в журнале «Выбирай соблазны большого города. Калининград».
В соответствии с п.п. 2.4 Договора, Исполнитель вправе без искажения смысла и содержания рекламы редактировать предоставленный Заказчиком текст рекламного материала, если он не соответствует нормам русского языка, а также этическим нормам, стилю газеты или противоречит действующему законодательству РФ.
В соответствии с вышеизложенным рекламодателем рекламы ресторана-пивоварни «3 ступени» является ООО «Карбон плюс».
При рассмотрении дела № Р – 05/2010, ЗАО «Информационно-рекламная служба «39 регион» представило макет рекламы ресторана-пивоварни «III ступени» согласованный и утвержденный, для распространения в журнале «Выбирай соблазны большого города. Калининград», исполнительным директором ООО «Карбон Плюс».
26.10.2009 ЗАО «Информационно-рекламная служба «39 регион» (далее - Исполнитель) заключило с ООО «Редюит-Трейд» (далее — Заказчик) договор № 403 на размещение рекламы.
Согласно п.п. 1.1. Договора, договор регулирует взаимоотношения между Исполнителем и Заказчиком на размещение рекламно-информационного материала в журнале «Выбирай соблазны большого города. Калининград».
Рекламодателем рекламы пивного бара «Редюит» является ООО «Редюит- Трейд».
При рассмотрении дела № Р – 05/2010, ЗАО «Информационно-рекламная служба «39 регион», доказательств согласования с ООО «Редюит-Трейд» рекламы пивного бара «Редюит»

распространяемой на стр. 11 журнала «Выбирай соблазны большого города. Калининград» представлено не было, таким образом, доказательств вины ООО «Редюит-Трейд» - комиссией не установлено

20.10.2009 ЗАО «Информационно-рекламная служба «39 регион» (далее - Исполнитель) заключило с ООО «Фишер» (далее — Заказчик) договор № 0758 на размещение рекламы.

Согласно п.п. 1.1. Договора, договор регулирует взаимоотношения между Исполнителем и Заказчиком на размещение рекламно-информационного материала в ежемесячном журнале «Выбирай».

В соответствии с п.п. 1.2 Договора, Заказчик размещает в журнале рекламный материал в следующем объеме и на следующих условиях:

- вид публикации: модуль;
- размер публикации: ½ полосы (Дредноут);
- журнал: ноябрь 2009, декабрь 2009, январь 2010.

Согласно договора № 0758 от 20.10.2009 и письменных пояснений ООО «Фишер» рекламодателем рекламы пивного ресторана «DREADNOUGHT» является ООО «Фишер».

При рассмотрении дела № Р – 05/2010, ЗАО «Информационно-рекламная служба «39 регион» представило макет рекламы пивного ресторана «DREADNOUGHT» согласованный и утвержденный, для распространения в журнале «Выбирай соблазны большого города. Калининград», руководителем отдела маркетинга и рекламы ООО «Фишер».

Рекламораспространителем и рекламоизготовителем вышеуказанной рекламы является ЗАО «Информационно-рекламная служба «39 регион».

На основании изложенного, руководствуясь п. 1 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «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 рекламу пивного бара «Редюит» размещенную на странице 11 журнала «ВЫБИРАЙ соблазны большого города Калининград» № 14 (33), ненадлежащей.
2. Признать рекламу пивного ресторана «DREADNOUGHT» размещенную на странице 46 журнала «ВЫБИРАЙ соблазны большого города Калининград» № 14 (33), ненадлежащей.
3. Признать рекламу ресторана-пивоварни «III ступени» размещенную на обложке журнала «ВЫБИРАЙ соблазны большого города Калининград» № 14 (33), ненадлежащей.
4. Признать действия рекламодателя ООО «Фишер» нарушением ч. 3 ст. 22 ФЗ № 38 от 13.03.2006 «О рекламе» в части определения объекта рекламирования без соблюдения требований, предъявляемых к предупреждающей надписи о вреде чрезмерного потребления пива, и напитков изготавливаемых на его основе.
5. Признать действия рекламодателя ООО «Карбон Плюс» нарушением ч. 3 ст. 22 ФЗ № 38 от 13.03.2006 «О рекламе» в части определения объекта рекламирования без соблюдения требований, предъявляемых к предупреждающей надписи о вреде чрезмерного потребления пива, и напитков изготавливаемых на его основе.
6. Признать действия рекламораспространителя и рекламоизготовителя ЗАО «Информационно-рекламная служба «39 регион» нарушением п. 4 ч. 2, ч. 3 ст. 22 ФЗ № 38 от 13.03.2006 «О рекламе» в части не соблюдения требований, предъявляемых к предупреждающей надписи о вреде чрезмерного потребления пива, и напитков изготавливаемых на его основе и к месту размещения рекламы.
7. Выдать ООО «Фишер» предписание о недопущении нарушения законодательства о рекламе.
8. Выдать ООО «Карбон Плюс» предписание о недопущении нарушения законодательства о рекламе.
9. Выдать ЗАО «Информационно-рекламная служба «39 регион» предписание о недопущении нарушения законодательства о рекламе.
10. Прекратить рассмотрение дела в отношении ООО «Редюит-Трейд».
11. Передать материалы дела должностному лицу Калининградского УФАС России для решения вопроса о привлечении лиц, виновных в нарушении законодательства о рекламе к ответственности, предусмотренной статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с ч. 1 ст. 37 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе», решение, предписание антимонопольного органа могут быть обжалованы в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации. В течение трех месяцев со дня вынесения решения, выдачи предписания.

Руководитель
Калининградского УФАС России И.С. Арефьева

Заместитель руководителя
Калининградского УФАС России О.А. Боброва

Старший специалист 1-ого разряда
отдела контроля органов власти,
размещения заказов и рекламы
Калининградского УФАС России К.Ю. Курятникова