

РЕШЕНИЕ

14 февраля 2012 г.
Новосибирск

г.

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. Скоп - специалист-эксперт отдела рекламы;

рассмотрев дело № 3, возбужденное в отношении физического лица по факту размещения в журнале «АВТОСОЮЗ Сибирь», июль-сентябрь 2011 г., 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". 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,

рекламной информации под заголовком: «Сеть АЗС «Газпром нефть» и Paramount Pictures представляют» (стр.20), рекламной информации о стимулирующей лотерее «Немецкая отличница Opel Corsa в подарок», с признаками нарушения ст.9 ФЗ «О рекламе», согласно которой в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должны быть указаны: 1) сроки проведения такого мероприятия; 2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения,

рекламы: «Chance в кредит без первоначального взноса» (стр. 21), рекламы: «Программа Suzuki Finance расширена» (стр.45), с признаками нарушения ч.1 ст.28 ФЗ «О рекламе», реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество),

в присутствии представителей:

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

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – «...»,

УСТАНОВИЛА:

По результатам проведенной Новосибирским УФАС России проверки по заявлению ООО «Гранд Медиа» (вх. № 10008 от 23.11.11) по факту размещения в журнале «АВТОСОЮЗ Сибирь», июль-сентябрь 2011г., текста рекламы без пометки «реклама» или «на правах рекламы», установлено следующее.

Согласно свидетельству о государственной регистрации СМИ ПИ № ТУ 54-00366 от 15.06.2011г., журнал «АВТОСОЮЗ Сибирь» зарегистрирован в качестве рекламного издания, реклама более 40 %. (территория распространения – Новосибирская область). При этом в выходных данных издания и на обложке указанного журнала информация о специализации данного журнала в качестве рекламного издания не содержится.

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 и формы распространения, в журнале «АВТОСОЮЗ Сибирь», июль-сентябрь 2011г., размещалась следующая реклама:

- «Восторг проявил характер победителя. BMW 3 серия <...> Реклама»;
- «Действительно правильный выбор. Chevrolet Cruze от 553 000 руб. Реклама»;
- «Новые возможности от Hyundai Финанс. Реклама»;
- «УАЗ Центр. Продажа и тюнинг автомобилей УАЗ. Реклама»;
- «Chevrolet Niva. Исто4х4ник безграничных эмоций. Реклама»;
- «Skoda Fabia. Делай ярче! От 399 000 руб. Реклама»;
- «Сеть АЗС «ГАЗПРОМ НЕФТЬ» и PARAMOUNT PICTURES представляют...» (стр.20);
- «Chance в кредит без первоначального взноса» (стр.21);
- «Немецкая отличница Opel Corsa в подарок!» (стр.25);
- «Дилерский центр BMW. На правах рекламы» (стр.26-27);
- «Subaru Legacy. Реклама» (стр.31);
- «Райффайзенбанк предлагает специальную программу на приобретение Hyundai Solaris» (стр.33);

- «Предпосылки для развития. ...Ингосстрах...» (стр.34-35);
- «Infiniti FX с выгодой до 400 000 руб.» (стр.36);
- «приезжай на сервис в «АвтоКом. Реклама» (стр.36);
- «Новый Peugeot 308. Компания «Патриот Авто Новосибирск»... (стр.37-38);
- «Новый Peugeot 308. Характер в каждой детали. Реклама» (стр. 39);
- «АВТОДОК» (стр.40-43);
- «АВТОДОК. Детализируем мир. Реклама» (стр.43);
- «Chevrolet Таное 2011 в Новосибирске» (стр.44);
- «Программа Suzuki Finance расширена» (стр.45);
- «АВТОСТАНДАРТ» (стр.46);
- «Готовь сани летом! ЗАО «ОТЕМ-СИБИРЬ» (стр.54-55);
- «Новый Volkswagen Tiguan. Реклама» (стр.57);
- «Забудь о проколах. ...с помощью инновационной технологии Ride-On предлагает компания «А2 Сервис» (стр. 58-61);
- «Райффайзенбанк и Cadillac запустили новую программу кредитования» (стр. 62);
- «Skoda Roomster. Пакет опций с экономией до 43 %. Реклама» (стр.63);
- «Opel Meriva new» (стр.68-72);
- «Astra. Жизнь набирает скорость. Реклама» (внутренняя сторона обложки);
- «Страхование автотранспорта. Ингосстрах» (внешняя сторона обложки).

Общая площадь рекламы в рассматриваемом выпуске издания составила 47% от общей площади издания.

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". 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.

Согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации, рассматриваемое СМИ является периодическим печатным изданием, специализирующимся на сообщениях и материалах рекламного характера. При этом, в выходных данных издания и на его обложке информация о специализации

издания не содержится, следовательно, размещаемая в данном издании реклама содержит нарушение ст. 16 ФЗ «О рекламе».

На стр.20 журнала «АВТОСОЮЗ Сибирь», июль-сентябрь 2011г., размещается рекламная информация под заголовком: «Сеть АЗС «Газпром нефть» и Paramount Pictures представляют» о совместной акции, из содержания которой следует, что заправив 30л бензина на АЗС «Газпром нефть» до 11 сентября, клиенты АЗС имеют возможность выиграть поездку в США и другие уникальные призы. В рекламе указано: «подробности на сайте сети АЗС «Газпром нефть» www.gpnbonus.ru и на сайте акции».

Согласно ст.9 ФЗ «О рекламе», в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должны быть указаны:

1) сроки проведения такого мероприятия;

2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Рассматриваемая реклама сообщает о проведении акции (стимулирующего мероприятия), т.е. мероприятия, условием участия в котором является приобретение определенного товара (бензина на сети АЗС «Газпром нефть»).

Вышеуказанная рекламная информация не содержит таких обязательных условий, предусмотренных ст.9 ФЗ «О рекламе»: об источнике получения информации об организаторе, количестве призов и выигрышей по результатам мероприятия, сроке, месте и порядке их получения, что указывает на нарушение ст.9 ФЗ «О рекламе».

На стр. 25 журнала «АВТОСОЮЗ Сибирь» размещена рекламная информация о стимулирующей лотерее «Немецкая отличница Opel Corsa в подарок» под соответствующим заголовком. При этом в данной рекламе отсутствует информация об источнике получения информации о месте и порядке получения призов или выигрышей по результатам мероприятия, что указывает на признаки нарушения ст.9 ФЗ «О рекламе».

На стр. 21 рассматриваемого издания размещена реклама: «Chance в кредит без первоначального взноса», содержащая, в том числе, следующую информацию: «Компания «Сибтрансавто-НСК» предлагает стать владельцем автомобиля Chance в рамках акции «Права, паспорт <...> ноль рублей!». Новую иномарку стоимостью 255 000 руб. теперь можно приобрести в кредит без первоначального взноса с оформлением кредитного договора всего по двум документам, удостоверяющим личность. ...».

На стр.45 данного журнала размещена реклама: «Программа Suzuki Finance расширена», содержащая, в том числе, следующую информацию: «Компания «Автомир-Новосибирск» сообщает о продлении действия кредитной программы Suzuki Finance до 1 ноября 2011 года и увеличивает ассортимент предлагаемых в рамках программы автомобилей. ... В ходе программы «Сузуки Мотор Рус» компенсирует существенную часть затрат клиента на покупку автомобиля в кредит, обеспечивая невысокие процентные ставки. Сейчас покупатели могут выбрать наиболее удобный кредитный продукт из двух спецпредложений Suzuki Finance: «АвтоСтандарт» и экспресс-кредит «АвтоЛайн»,... Кредиты по специальной программе предоставляются в рублях на срок от одного до трех лет. Процентная ставка зависит от суммы первоначального взноса и выбранного варианта кредитования.

При оформлении кредита на год с первоначальным взносом от 40 % стоимости автомобиля кредитная ставка составляет 2,5 %, по программе «АвтоСтандарт» и 5,5 % по «АвтоЛайт». При оформлении кредита на два года и первоначальном взносе от 30% ставки будут 5,5% и 8,5%. Но этот кредит не распространяется на Suzuki Grand Vitara. Кредит на три года с первоначальным взносом от 20% оформить под 9,5% и 12,5% соответственно....».

По смыслу ч.1 ст.819 Гражданского кодекса РФ, кредит – это денежные средства, предоставленные заемщику по кредитному договору банком или иной кредитной организацией (кредитором) в размере и на условиях, предусмотренных договором.

В соответствии со ст.1 Федерального закона от 02.12.1990 N 395-1 «О банках и банковской деятельности», кредитная организация - юридическое лицо, которое для извлечения прибыли как основной цели своей деятельности на основании специального разрешения (лицензии) Центрального банка Российской Федерации (Банка России) имеет право осуществлять банковские операции, предусмотренные настоящим Федеральным законом.

Согласно п.6 ст.4 ФЗ «О защите конкуренции», финансовая организация - хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, - кредитная организация, кредитный потребительский кооператив, страховщик, страховой брокер, общество взаимного страхования, фондовая биржа, валютная биржа, ломбард, лизинговая компания, негосударственный пенсионный фонд, управляющая компания инвестиционного фонда, управляющая компания паевого инвестиционного фонда, управляющая компания негосударственного пенсионного фонда, специализированный депозитарий инвестиционного фонда, специализированный депозитарий паевого инвестиционного фонда, специализированный депозитарий негосударственного пенсионного фонда, профессиональный участник рынка ценных бумаг.

ФЗ «О защите конкуренции» относит банковскую услугу, а также услугу, оказываемую финансовой организацией и связанную с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц, к финансовой услуге (п. 2 ст. 4 ФЗ «О защите конкуренции»).

Следовательно, рекламируемая услуга – предоставление кредита, - является финансовой услугой, подлежащей лицензированию в соответствии с Федеральным законом от 02.12.1990 N 395-1 «О банках и банковской деятельности».

В соответствии с ч.1 ст.28 ФЗ «О рекламе», реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

Фирменное наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно-правовую форму и собственно наименование юридического лица. Юридическое лицо должно иметь полное и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском языке. Юридическое лицо вправе иметь также полное и (или) сокращенное фирменное наименование на языках народов Российской Федерации и (или) иностранных языках (ч.ч.2,3 ст.1473 Гражданского кодекса РФ).

Рассматриваемая реклама: «Chance в кредит без первоначального взноса» и «Программа Suzuki Finance расширена», не содержит указание на лицо, оказывающее услугу по предоставлению кредита, следовательно, данная реклама нарушает ч.1 ст.28 ФЗ «О рекламе».

Ответственность за нарушение ст.9, ст.16, ч.1 ст. 28 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель (ч.7 ст.38 закона о рекламе).

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

Учредителем журнала «АВТОСОЮЗ Сибирь» (согласно свидетельству о регистрации СМИ) выступает «...».

Согласно договору между учредителем и редакцией от 16.09.2011г., Редакция осуществляет подготовку, выпуск и распространение СМИ. Редакцией издания «АВТОСОЮЗ Сибирь». руководит главный редактор, которым, в соответствии с приказом «...». ООО Издательский дом «Пульс», является «...».

Таким образом, рекламодателем рассматриваемой рекламы является «...»

На рассмотрении дела, «...» не согласился с наличием нарушения, ссылаясь на следующее.

1) Издание «Автосоюз Сибирь» зарегистрировано как рекламное издание с разрешенным объемом рекламы свыше 40 %, о чем есть информация как на обложке издания, так и на титульном листе. Подсчет соотношения информации и рекламы в издании выполнен некорректно, поскольку к рекламным отнесены материалы информационно-справочного характера. Текстовые и графические рекламные материалы в данном издании сопровождаются пометками «реклама».

2) материал «Программа Suzuki Finance расширена» и «Chance в кредит без первоначального взноса» являются справочно-информационными, не имеющими в качестве цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой, в соответствии с п.3 ч.2 ст.2 ФЗ «О рекламе». Следовательно, требования ч.1 ст.28 ФЗ «О рекламе», на данный материал не распространяются.

О том, что данный материал не является рекламным, указывает: структура материала, которая предоставляет читателю информацию об изменившихся условиях действия программы; отсутствие пометок «реклама» или «на правах рекламы», в том числе в других источниках, без возникновения прецедентов о нарушении ФЗ «О рекламе»; отсутствует заказчик на публикацию данного материала.

3) материал «Сеть АЗС «Газпром нефть» и Paramount Pictures представляют» и «Немецкая отличница Opel Corsa в подарок» также не являются рекламными по основаниям (доводам), указанным в отношении материалов «Программа Suzuki Finance расширена», и «Chance в кредит без первоначального взноса».

Кроме того, «...» указывает на то, что рассматриваемый материал «Сеть АЗС «Газпром нефть» и Paramount Pictures представляют» содержит ссылку на сайт www.gpnbonus.ru, который и является источником получения информации об организаторе мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов и выигрышей, сроке, месте и порядке их получения.

По тексту материала имеется информация о количестве призов: «приготовлено несколько тысяч призов: кошельки ковбоев, браслеты героев, инопланетные часы, защитные толстовки, постеры, открывашки», «Суперприз – уникальное путешествие на двоих «В поисках пришельцев» из Москвы к местам съемок фильма в Лас-Вегас и на ранчо «Большой каньон» в Неваде», а также о сроках: «заправившись... до 11 сентября», «призы будут разыгрываться тиражной комиссией еженедельно», «суперприз ...будет разыгран 20 сентября среди всех участников акции, зарегистрировавших бонусную карту «Нам по пути» ...с 11 июля до 11 сентября».

Материал «Немецкая отличница Opel Corsa в подарок» также содержит указание на источник получения информации о месте и порядке получения призов или выигрышей по результатам мероприятия: «ООО «Сибтрансавто-Новосибирск» / ул.Петухова, 17 / (383) 325-33-33 / www.sibgm.ru».

Комиссией доводы «...» не приняты на основании следующего.

Содержащаяся на обложке издания «Автосоюз Сибирь» информация: «Реклама», среди прочей, стоящей в одном ряду: «Новости / VIP-интервью / Презентации / Тест-драйв / Безопасность / Автокалендарь», не отражает специализацию издания как средства массовой информации, зарегистрированного в качестве рекламного издания, что прямо указано в свидетельстве о регистрации СМИ ПИ № ТУ 54-00366 от 15.06.2011 г.

Содержащаяся на титульном листе и в выходных данных издания информация также не содержит указания на специализацию издания в качестве рекламного. При этом, имеется информация: «Все материалы опубликованы на правах рекламы», что позволяет отнести любую информацию, соответствующую признакам рекламы в соответствии с п.3 ст.3 ФЗ «О рекламе», к рекламе. На данном основании содержащийся в издании материал и был отнесен к рекламе и оценен на предмет соблюдения законодательства о рекламе. Наличие или отсутствие договора на размещение рекламы не является характеризующим признаком рекламной информации (Постановление Президиума ВАС РФ от 19.10.1999 N 3331/99 по делу N A45-506/98-СА/47).

Имеющаяся в тексте материала информация о призах не содержит точную информацию об их количестве; отсутствует точная информация о сроке, месте и порядке их получения. Указание в рекламе: «Сеть АЗС «Газпром нефть» и Paramount Pictures представляют» информации: «подробности на сайте», не является указанием на источник получения информации, предусмотренной п.2 ст.9 ФЗ «О рекламе, поскольку не раскрывает какую именно информацию можно получить на данном сайте. Аналогично, само по себе указание в рекламе адреса, контактного телефона, сайта в Интернете, не тождественно указанию на источник получения информации о месте и порядке получения призов (выигрышей) в рекламе: «Немецкая отличница Opel Corsa в подарок», следовательно, является нарушением ст.9 ФЗ «О рекламе».

Таким образом, нарушение ст.ст. 9, 16, ч.1 ст. 28 ФЗ «О рекламе» установлено материалами дела.

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:

- «Восторг проявил характер победителя. BMW 3 серия <...> Реклама»;
- «Действительно правильный выбор. Chevrolet Cruze от 553 000 руб. Реклама»;
- «Новые возможности от Hyundai Финанс. Реклама»;
- «УАЗ Центр. Продажа и тюнинг автомобилей УАЗ. Реклама»;
- «Chevrolet Niva. Исто4х4ник безграничных эмоций. Реклама»;
- «Skoda Fabia. Делай ярче! От 399 000 руб. Реклама»;
- «Сеть АЗС «ГАЗПРОМ НЕФТЬ» и PARAMOUNT PICTURES представляют...» (стр.20);
- «Chance в кредит без первоначального взноса» (стр.21);
- «Немецкая отличница Opel Corsa в подарок!» (стр.25);
- «Дилерский центр BMW. На правах рекламы» (стр.26-27);
- «Subaru Legacy. Реклама» (стр.31);
- «Райффайзенбанк предлагает специальную программу на приобретение Hyundai Solaris» (стр.33);
- «Предпосылки для развития. ...Ингосстрах...» (стр.34-35);
- «Infiniti FX с выгодой до 400 000 руб.» (стр.36);

- «приезжай на сервис в «АвтоКом. Реклама» (стр.36);
- «Новый Peugeot 308. Компания «Патриот Авто Новосибирск»... (стр.37-38);
- «Новый Peugeot 308. Характер в каждой детали. Реклама» (стр. 39);
- «АВТОДОК» (стр.40-43);
- «АВТОДОК. Детализируем мир. Реклама» (стр.43);
- «Chevrolet Таное 2011 в Новосибирске» (стр.44);
- «Программа Suzuki Finance расширена» (стр.45);
- «АВТОСТАНДАРТ» (стр.46);
- «Готовь сани летом! ЗАО «ОТЕМ-СИБИРЬ» (стр.54-55);
- «Новый Volkswagen Tiguan. Реклама» (стр.57);
- «Забудь о проколах. ...с помощью инновационной технологии Ride-On предлагает компания «А2 Сервис» (стр. 58-61);
- «Райффайзенбанк и Cadillac запустили новую программу кредитования» (стр. 62);
- «Skoda Roomster. Пакет опций с экономией до 43 %. Реклама» (стр.63);
- «Opel Meriva new» (стр.68-72);
- «Astra. Жизнь набирает скорость. Реклама» (внутренняя сторона обложки);
- «Страхование автотранспорта. Ингосстрах» (внешняя сторона обложки),

размещенную в журнале «АВТОСОЮЗ Сибирь», июль-сентябрь 2011 г., ненадлежащей, а «...» («...») 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. Признать информацию под заголовком: «Сеть АЗС «Газпром нефть» и Paramount Pictures представляют», размещенную на стр.20 журнала «АВТОСОЮЗ Сибирь», июль-сентябрь 2011 г., а также информацию под заголовком: «Немецкая отличница Opel Corsa в подарок», размещенную на стр.25 указанного журнала, ненадлежащей рекламой, а «...» («...») нарушившим требования ст.9 ФЗ «О рекламе», согласно которой в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должны быть указаны: 1) сроки проведения такого

мероприятия; 2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

3. Признать информацию под заголовком: «Chance в кредит без первоначального взноса», размещенную на стр. 21 журнала «АВТОСОЮЗ Сибирь», июль-сентябрь 2011 г., а также информацию под заголовком: «Программа Suzuki Finance расширена», размещенную на стр. 45 указанного журнала, ненадлежащей рекламой, а «...» («...») нарушившим требования ч.1 ст.28 ФЗ «О рекламе», согласно которой реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

4. Выдать «...» («...») 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 24 февраля 2012 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

_____ И.В. Волохина

_____ И.Р. Носкова

_____ Е.А. Скоп

ПРЕДПИСАНИЕ № 3/1

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

24 февраля 2012 г.
Новосибирск

г.

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. Скоп - специалист-эксперт отдела рекламы;

на основании своего решения от 24 февраля 2012 г. по делу № 3 о признании ненадлежащей рекламы, размещенной в журнале «АВТОСОЮЗ Сибирь», июль-сентябрь 2011 г., и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»), пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. «...» («...») в десятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно, не допускать распространение рекламы в журнале «АВТОСОЮЗ Сибирь» (свидетельстве о регистрации СМИ ПИ № ТУ 54-00366 от 15.06.2011 г.) 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:

- «Восторг проявил характер победителя. BMW 3 серия <...> Реклама»;

- «Действительно правильный выбор. Chevrolet Cruze от 553 000 руб. Реклама»;

- «Новые возможности от Hyundai Финанс. Реклама»;
- «УАЗ Центр. Продажа и тюнинг автомобилей УАЗ. Реклама»;
- «Chevrolet Niva. Исто4х4ник безграничных эмоций. Реклама»;
- «Skoda Fabia. Делай ярче! От 399 000 руб. Реклама»;
- «Сеть АЗС «ГАЗПРОМ НЕФТЬ» и PARAMOUNT PICTURES представляют...»;
- «Chance в кредит без первоначального взноса»;
- «Немецкая отличница Opel Corsa в подарок!»;
- «Дилерский центр BMW. На правах рекламы»;
- «Subaru Legacy. Реклама»;
- «Райффайзенбанк предлагает специальную программу на приобретение Hyundai Solaris»;
- «Предпосылки для развития. ...Ингосстрах...»;
- «Infiniti FX с выгодой до 400 000 руб.»;
- «приезжай на сервис в «АвтоКом. Реклама»;
- «Новый Peugeot 308. Компания «Патриот Авто Новосибирск»;
- «Новый Peugeot 308. Характер в каждой детали. Реклама»;
- «АВТОДОК»;
- «АВТОДОК. Детализируем мир. Реклама»;
- «Chevrolet Таное 2011 в Новосибирске»;
- «Программа Suzuki Finance расширена»;
- «АВТОСТАНДАРТ»;
- «Готовь сани летом! ЗАО «ОТЕМ-СИБИРЬ»;
- «Новый Volkswagen Tiguan. Реклама»;
- «Забудь о проколах. ...с помощью инновационной технологии Ride-On предлагает компания «А2 Сервис»;
- «Райффайзенбанк и Cadillac запустили новую программу кредитования»;
- «Skoda Roomster. Пакет опций с экономией до 43 %. Реклама»;
- «Opel Meriva new»;
- «Astra. Жизнь набирает скорость. Реклама»;

- «Страхование автотранспорта. Ингосстрах».

2. «...» («...») 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
Лопаткина

_____ Т.В.

Члены Комиссии

_____ И.В. Волохина

_____ И.Р. Носкова

_____ Е.А. Скоп

ПРЕДПИСАНИЕ № 3/2

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

24 февраля 2012 г.
Новосибирск

г.

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. Скоп - специалист-эксперт отдела рекламы;

на основании своего решения от 24 февраля 2012 г. по делу № 3 о признании ненадлежащей рекламы, размещенной в журнале «АВТОСОЮЗ Сибирь», июль-сентябрь 2011 г., и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»), пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. «...» («...») в десятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно, не допускать распространение рекламы в журнале «АВТОСОЮЗ Сибирь» (свидетельстве о регистрации СМИ ПИ № ТУ 54-00366 от 15.06.2011г.) с нарушением ст. 9 ФЗ «О рекламе», согласно которой в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должны быть указаны: 1) сроки проведения такого мероприятия; 2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения, в том числе рекламы под заголовком: «Сеть АЗС «Газпром нефть» и Paramount Pictures представляют» и «Немецкая отличница Opel Corsa в подарок».

2. «...» («...») 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
Лопаткина

_____ Т.В.

Члены Комиссии

_____ И.В. Волохина

_____ И.Р. Носкова

_____ Е.А. Скоп

ПРЕДПИСАНИЕ № 3/3

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

24 февраля 2012 г.
Новосибирск

Г.

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. Скоп - специалист-эксперт отдела рекламы;

на основании своего решения от 24 февраля 2012 г. по делу № 3 о признании ненадлежащей рекламы, размещенной в журнале «АВТОСОЮЗ Сибирь», июль-сентябрь 2011 г., в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»), пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. «...» («...») в десятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно, не допускать распространение рекламы в журнале «АВТОСОЮЗ Сибирь» (свидетельстве о регистрации СМИ ПИ № ТУ 54-00366 от 15.06.2011г.) с нарушением ч. 1 ст. 28 ФЗ «О рекламе», согласно которой реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество), в том числе рекламы под заголовком: «Chance в кредит без первоначального взноса», и «Программа Suzuki Finance расширена».

2. «...» («...») 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
Лопаткина

_____ Т.В.

Члены Комиссии

_____ И.В. Волохина

_____ И.Р. Носкова

_____ Е.А. Скоп