

РЕШЕНИЕ

по делу № 06-10.1/59-2013

10 июля 2013 года
город Омск

Комиссия Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии – Иванченко О.И., и.о. заместителя руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии:

Морозов А.А. - начальник отдела рекламы,

Цынгалова Е.А. – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы,

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

рассмотрев дело № 06-10.1/59-2013 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения обществом с ограниченной ответственностью «Оксюморон» (далее – ООО «Оксюморон», Общество) в журнале «Выбирай соблазны большого города. Омск» № 9 (155) 1-15 июня 2013 года, № 10 (156) 15-30 июня 2013 года рекламы, содержащей признаки нарушения требований статей 8, 9; части 7 статьи 24; пункта 1 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в отсутствие законного представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «Оксюморон» (ОГРН 1105543020758, ИНН 5504219619, юридический адрес: ул. Пушкина, 137, г. Омск, 644046) –<...>, извещенного надлежащим образом,

в присутствии представителей ООО «Оксюморон»

<...> (доверенность б/н от 08 июля 2013 года),

<...>

<...>

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Управлением Федеральной антимонопольной службы по Омской области выявлены факты распространения в журнале «Выбирай соблазны большого города. Омск» № 9 (155) 1-15 июня 2013 года, № 10 (156) 15-30 июня 2013 года рекламы с признаками нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

1. Статья 8 Федерального закона «О рекламе».

В рекламе службы доставки «Цигель-цигель» (№ 9 (155) стр. 75):

«Цигель-цигель. Служба доставки. Все рестораны Омска на одном сайте. Круглосуточный онлайн заказ и оперативная доставка блюд, сэндвичей, суши, напитков со всех заведений города. www.cigel-cigel.ru»,

доставки от «Суши.ру», «Паста-пицца» (№ 10 (156) стр.44):

«Бесплатная доставка. Роллы «Филадельфия лайт», пицца «Пепперони». И многое другое со скидкой до 50%. Пр. Маркса, 4Б 30-64-28. *Подробности у администратора»*

отсутствует информация, предусмотренная статьей 8 Федерального закона «О рекламе», согласно которой в рекламе товаров при дистанционном способе их продажи должны быть указаны сведения о продавце таких товаров: наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

2. Статья 9, часть 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

В рекламе салонов «ОптикЦентр» (№ 10 (156) стр.49) «Солнце, конечно, друг, но иногда от него нужно защищаться. Самое драгоценное - наше зрение - особенно нуждается в уходе, внимании и... солнцезащитных очках. Как нельзя кстати в салонах «ОптикЦентра» объявляется летняя акция. Для участия в ней достаточно совершить и июне покупку на сумму не менее одной 1000 руб. и получить в подарок солнцезащитные очки современного дизайна в трех исполнениях: женском, мужском и стиле унисекс. А также с 15 по 30 июня на оправы/ и линзы предоставляется скидка в размере 30%. Отличный повод подыскать себе стильный и полезный аксессуар и дополнить свой образ еще одним штрихом. Внимание! Количество подарков ограничено. •Подробности акции по тел. «ОптикЦентр» ул. Фрунзе, 72/1, ул. 70 лет Октября, 20, 21-21-27» отсутствует необходимая информация, предусмотренная статьей 9 и частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

2.1. Согласно статье 9 Федерального закона «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.

В данной рекламе необходимые сведения о проводимой акции отсутствуют.

2.2. Согласно части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» реклама лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники, должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

В соответствии с Общероссийским классификатором продукции ОК 005-93 очки, оправы для очков, линзы относятся к медицинской технике (раздел 94 0000 Классификатора).

В рекламе салонов «ОптикЦентр» необходимое предупреждение отсутствует.

3. Пункт 1 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

В № 10 (156) на странице 47 размещена реклама ресторана-пивоварни «У Пушкина».

«Ресторан-пивоварня «У Пушкина»

Нам 5 лет

Вайцен Хеллес Пилснер

Наши достижения на форуме в Сочи за 2013г.

Ресторан-пивоварня «У Пушкина» — уникальное заведение, где варят собственные напитки, тщательно соблюдая традиции и технологии. Свое пятилетие в 2013 году ресторан отметил участием в Международном форуме в Сочи и представил сразу три фирменных напитка собственного производства. Два из них взяли золото и один — серебро. Престижная награда за достойную работу!

Ресторан-пивоварня «У Пушкина» — незабываемый вкус, которому можно доверять!

Ул. Красный путь, 11, тел. 21-22-55, 8-913-154-11-79».

Поскольку в данной рекламе содержатся наименования определенных сортов пива («Вайцен», «Хеллес», «Пилснер»), то указанная рекламная информация является в том числе рекламой алкогольной продукции.

В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 21 реклама алкогольной продукции не должна размещаться в периодических печатных изданиях.

Указанная норма вступила в силу с 01.01.2013 (Федеральный закон от 20.07.2012 N 119-ФЗ «О внесении изменений в статью 21 Федерального закона «О рекламе» и в статью 3 Федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон «О регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и

спиртосодержащей продукции» и отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившим силу Федерального закона «Об ограничениях розничной продажи и потребления (распития) пива и напитков, изготавливаемых на его основе»).

По определению (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В силу части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных статьями 8, 9, частью 7 статьи 24, частью 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Издателем журнала «Выбирай соблазны большого города. Омск» является ООО «Оксюморон», которое по определению (пункт 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») является рекламодателем, т.е. лицом, осуществляющим распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, следовательно, несет ответственность за размещение ненадлежащей рекламы.

Таким образом, рассмотрев материалы дела, заслушав объяснения представителей Общества, Комиссия Омского УФАС России установила факт нарушения ООО «Оксюморон» статей 8, 9; части 7 статьи 24; пункта 1 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы в журнале «Выбирай соблазны большого города. Омск» № 9 (155) 1-15 июня 2013 года, № 10 (156) 15-30 июня 2013 года.

В связи с отсутствием на момент рассмотрения дела сведений о нераспространении ненадлежащей рекламы Комиссия Омского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ООО «Оксюморон» предписания о прекращении нарушения Федерального закона «О рекламе».

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «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 ненадлежащей рекламу доставки товаров от «Цигель-цигель», «Суши.ру», «Паста-пицца», салонов «ОптикЦентр», ресторана-пивоварни «У Пушкина», распространенную ООО «Оксюморон» в журнале «Выбирай соблазны большого города. Омск» № 9 (155) 1-15 июня 2013 года, № 10 (156) 15-30 июня 2013 года, поскольку в ней нарушены требования статей 8, 9; части 7 статьи 24; пункта 1 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».
2. Выдать ООО «Оксюморон» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Омского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в отношении главного редактора журнала «Выбирай соблазны большого города. Омск» по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 10 июля 2013 года.

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

Председатель Комиссии
О.И. Иванченко

Члены Комиссии:

А.А. Морозов
Е.А. Невоит
Е.А. Цынгалова

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

по делу № 06-10.1/59/1-2013

10 июля 2013 года
г. Омск

Комиссия Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии – Иванченко О.И., и.о. заместителя руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии:

Морозов А.А. - начальник отдела рекламы,

Цынгалова Е.А. – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы,

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

на основании своего решения от 10.07.2013 по делу № 06-10.1/59-2013 о признании ненадлежащей рекламы, распространенной ООО «Оксюморон» в журнале «Выбирай соблазны большого города. Омск» № 9 (155) 1-15 июня 2013 года, № 10 (156) 15-30 июня 2013 года рекламы, нарушающей требований статей 8, 9; части 7 статьи 24; пункта 1 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, пунктом 3.56.1. Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО «Оксюморон» (ОГРН 1105543020758, ИНН 5504219619, юридический адрес: ул. Пушкина, 137, г. Омск, 644046) в срок до 24 июля 2013 года прекратить нарушение статьи 8, статьи 9, пункта 1 части 2 статьи 21, части 7 статьи 24, Федерального закона

«О рекламе» указывать сведения о продавце таких товаров (наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя).

2. ООО «Оксюморон» представить в Омское УФАС России доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в срок до 26 июля 2013 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Омское УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф 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 статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии
О.И. Иванченко

Члены Комиссии:
А.А. Морозов
Е.А. Невойт
Е.А. Цынгалова