

РЕШЕНИЕ

"20" мая 2010 г. г. Брянск
(дата принятия решения)

(место рассмотрения)

Комиссия Брянского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:
председатель Комиссии: Роговцев В.С. - руководителя управления,
члены Комиссии:

Новикова Н.А. – зам. руководителя-начальник Управления,

Семенцова О.И. – зам. начальника отдела естественных монополий и рекламы,

рассмотрев дело № 73 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, по факту распространения на территории Брянской области и г.Брянска в печатном издании «ФОРБС» инструмент капиталиста» (и приложения к нему) рекламы содержащей признаки нарушения части 7.1 статьи 5, статьи 16, статьи 21 Федерального закона «О рекламе»

(существо нарушения с указанием рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе)

в присутствии представителя:

лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – представителя по доверенности ЗАО «Аксель Шпрингер Раша: Макешина Михаила Юрьевича

(наименование, адрес юридического лица, органа исполнительной власти, органа местного самоуправления;

Ф.И.О., адрес физического лица; Ф.И.О., должность, данные доверенности представителя

УСТАНОВИЛА:

В распространяемом на территории Брянской области печатном издании журнале о политике, экономике, бизнесе, технологиях и культуре «FORBES («ФОРБС») ФЕВРАЛЬ 2010г. (далее Журнал) размещены рекламные объявления в которых выявлены признаки нарушения законодательства о рекламе (Федеральный закон от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» - далее Закон).

1. На странице 11 размещена реклама часов марки GIRARD-PERREGAUX и алкогольной продукции вина «Chateau Lafite Rothschild». В соответствии с частью 3 статьи 21 Закона реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

В указанном рекламном объявлении отсутствует пометка о вреде чрезмерного потребления.

2. На странице 76 размещена реклама алкогольной продукции с текстом: «Johnnie Walker представляет ПУТЬ К УСПЕХУ», и изображение бутылки алкогольной продукции BLACK LABEL. В соответствии с п.1 частью 1 статьи 21 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.

В указанной рекламе имеется утверждение о том, что данный алкогольный продукт может привести к успеху.

3. На странице 140-141 размещена рекламная информация об алкогольных напитках. Так текст информации о разных сортах, винах и их производителях сопровождается изображением алкоголя «SAN VALENTIN», «SANTA CFROLINA», «VIGORELLO», «DUVAL-LEROY». В соответствии с частью 3 статьи 21 Закона реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

В указанном рекламном объявлении отсутствует пометка о вреде чрезмерного потребления.

Также на основании статьи 16 Закона 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. Так данное издание (в соответствии с свидетельством о регистрации СМИ ПИ №ФС77-35120 от 29 января 2009г.) не является рекламным, и текст рекламы должен быть сопровождается необходимыми пометками.

В приложении к журналу «FORBESSTYLE» весна 2010г. также выявлены нарушения законодательства о рекламе:

1. На странице 14 размещена рекламная статья «Ларь-пушка», в которой подробно описаны алкогольные напитки (год выпуска, фирма), изображение предлагаемой продукции и цена по которой данный товар можно приобрести.

В соответствии с частью 3 статьи 21 Закона реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

В указанном рекламном объявлении отсутствует пометка о вреде чрезмерного потребления.

В соответствии с частью 7.1 статьи 5 Закона в рекламе товаров и иных объектов рекламирования стоимостные показатели должны быть указаны в рублях, а в случае необходимости дополнительно могут быть указаны в иностранной валюте. В представленной рекламе цены указаны в иностранной валюте ().

Также материал, размещенный на страницах: 14, 16, 18, 20, 31-43, 50-52,54-63, 88-92, 93 не соответствует требованиям части 7.1 статьи 5, 16 Закона.

Данная информация является рекламой, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования и продвижение его на рынке при осуществлении предпринимательской деятельности.

В соответствии с п.5 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения

законодательства РФ о рекламе (утвержденных Постановлением правительства РФ от 17 августа 2006г. №508) Брянское УФАС России ходатайствовало перед ФАС России о наделении полномочий по возбуждению и рассмотрению дела в отношении ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» (исх.422 от 05.02.2010г.). На основании п.6 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе ФАС России рассмотрев ходатайство, наделила Брянское УФАС России полномочиями по рассмотрению данного дела (исх. АК/11327 от 20.04.2010г.).

20.04.2010 г. Брянским УФАС России по данному факту в отношении ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» было возбуждено дело № 73 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (части 7.1 статьи 5, статьи 16, статьи 21 Закона «О рекламе»).

По имеющимся материалам в деле, Брянским УФАС России установлено, что на территории Брянской области и г. Брянске распространялся журнал «ФОРБС» инструмент капиталиста» и приложение «FORBESSTYLE».

В данном журнале и приложении к журналу обнаружена реклама, в которой усмотрены признаки нарушения законодательства о рекламе.

В соответствии со ст. 3 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ 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. В отношении рекламы алкогольной продукции, объекты рекламирования обуславливают воздействие указанной рекламы на неопределенный круг лиц, не являющихся потребителями данной рекламы и потенциальными покупателями алкогольной продукции, в том числе и на несовершеннолетних. Таким образом, данная реклама является ненадлежащей.

Частью 4 ст. 2 Федерального закона «О рекламе» установлены специальные требования и ограничения в отношении рекламы отдельных видов товаров, которые распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров их изготовителей или продавцов. Данный товар широко известен) и тесно связан в сознании потребителя с алкогольной продукцией.

В отношении рекламы стоимостных показателей, информация о товаре в розничной продаже должна содержать указание на цену в рублях.

Любая информация, направленная на привлечение внимания к объекту, в котором четко обозначен товар (средство индивидуализации, продавец и т.д.), формирует и поддерживает интерес к нему и способствует продвижению на рынке рассматривается как рекламная, вне зависимости от того оплачена она сторонним рекламодателем или размещена по инициативе печатного издания. На такую информацию распространяются требования закона «О рекламе». Печатное издание, по инициативе которого размещена рекламная информация, должен быть признан рекламодателем и на него также распространяются требования Закона.

Согласно части 1 статьи 5 Закона «О рекламе» реклама должна быть достоверной. Недостоверная реклама не допускается.

Учредителем и издателем данного печатного издания является ЗАО «Аксель Шпрингер Раша», т.е. в соответствии с абз.5, 7 ст.3 Закона о рекламе является рекламодателем и рекламодателем (в части редакционного материала) рекламы, и несет ответственность за несоответствие требований законодательства о рекламе.

Установлено, что размещение рекламы, не соответствующей требованиям части 7.1 статьи 5 (на странице 14, 16, 18, 20, 31-43, 50-52,54-63, 88-92, 93 приложения) и части 3 статьи 21 (на странице 140-141 журнала, на странице 14 приложения) ФЗ «О рекламе», осуществлялось редакцией журнала. В данной рекламе указаны цены на конкретный товар и место, где можно приобрести данный товар по указанной цене. Соответственно Общество, ответственное за выпуск журнала, является рекламодателем указанной информации.

На основании изложенного установлен факт нарушения Обществом требований части 7.1 статьи 5, статьи 16, части 3 статьи 21, пункта 1 части 1 статьи 21 Закона «О рекламе». Согласно частей 4 и 6 статьи 38 Закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований части 7.1 статьи 5, части 3 статьи 21, п.1 части 1 статьи 21 Закона «О рекламе» несет рекламодатель. Согласно частей 4 и 7 статьи 38 Закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований статьи 16, части 3 статьи 21 Закона «О рекламе» несет рекламодатель.

Резолютивная часть решения, принятого Комиссией Брянского УФАС России по результатам рассмотрения настоящего дела, оглашена Председателем Комиссии Роговичевым В.С. немедленно по окончании рассмотрения дела – 20.05.2010 г.

(излагаются описательная и мотивировочная часть решения в соответствии с п.п. 40, 41,47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе)

Руководствуясь частью 2 пункта 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 размещенную в печатном издании «ФОРБС» инструмент капиталиста» февраль 2010г. и приложения к нему весна 2010г., поскольку в ней нарушены требования части 7.1 статьи 5, статьи 16, статьи 21 Закона «О рекламе».
2. Не выдавать ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» (рекламодателю и рекламодателю) предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе, так как вышеуказанная реклама на момент рассмотрения дела не распространяется на территории Брянской области.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Брянского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении рекламодателя - ЗАО «Аксель Шпрингер Раша».

Решение изготовлено в полном объеме "20" мая 2010 г. Решение может быть обжаловано в арбитражном суде в течение трех месяцев, со дня вынесения решения в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.