

РЕШЕНИЕ

по делу №06-11/19-17

Оглашена резолютивная часть 14 марта 2017 года

Изготовлено в полном объеме 15 марта 2017 года

г. Томск

Комиссия Томского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: И.В. Бутенко, заместитель руководителя Томского УФАС России,

члены Комиссии: Е.А. Пятерикова – специалист-эксперт отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатирования, Е.П. Фоминых — специалист-эксперт отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатирования;

рассмотрев материалы дела №06-11/19-17 по признакам нарушения требований п.6 ч.1, ч.2.1, ч.3 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006г. №38 ФЗ «О рекламе», по факту распространения рекламы пива в газете «Красное знамя», с участием представителей ОАО «Томское пиво» <...>и <...>, действующих на основании доверенности №39/17 от 13.03.2017 сроком действия до 31.05.2017, без участия представителя ООО «Редакция «Красное знамя», уведомленного надлежащим образом о времени и месте рассмотрения дела (подтверждается подтверждением об отправке факса от 02.03.2017, прошением по делу №06-11/19-17 №38 от 13.03.2017), ходатайство об отложении рассмотрения дела не заявлялось,

УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Томской области при осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства о рекламе произведен осмотр №22 (27470) от 21 февраля 2017 г. газеты «Красное знамя».

На странице 2 указанного номера газеты установлено размещение рекламы ОАО «Томское пиво» и продукции ОАО «Томское пиво», а именно, пива: «Трое в лодке», «Сибирский пивовар», «Богемское», «Бархатное», «Томское фирменное», «Чешский Джбанеек», «Холодный хмель». Текст рекламы дополнен фотографическим изображением человека. Слева внизу текста рекламы указано «на правах рекламы».

Определением от 02.03.2017 г. исх.№ЕФ/1038 возбуждено производство по делу №06-11/19-17 по признакам нарушения законодательства о рекламе в отношении ООО «Редакция «Красное знамя» и ОАО «Томское пиво».

В материалы дела поступило прошение от ООО «Редакция «Красное знамя», из которого следует, что нарушение п.6 ч.1 ст.21 ФЗ «О рекламе» допущено вследствие невнимательного изучения законодательства о рекламе; нарушение ч.3 ст.21 ФЗ «О рекламе» возникло по технической причине – в типографию из редакции газеты отправлен файл с №22 (27470) газеты «Красное знамя» в формате PDF, в типографии файл был переведен в формат POST PS, при переводе в новый формат произошел технический сбой и пометка «Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью» зашла под рамку; нарушение ч.2.1 ст.21 ФЗ «О рекламе» допущено вследствие невнимательного изучения сведений сайта ОАО «Томское пиво».

К рассмотрению дела также поступили пояснения ОАО «Томское пиво», из которых следует, что целью рассматриваемой публикации являлось информирование читателей о достижениях предприятия, получившего награды на выставке «Продэкспо», задача рекламирования продукции ОАО «Томское пиво» не ставилась. Одновременно в пояснениях указывалось, что ответственным должностным лицом за проведение рекламных акций и размещение рекламы продукции ОАО «Томское пиво» в средствах массовой информации является директор по маркетингу <...>. Именно <...>. согласовал макет рекламы с нарушением действующего законодательства.

В ходе рассмотрения дела представители ОАО «Томское пиво» поддержали доводы, указанные в пояснениях, а также сообщили, что представитель ОАО «Томское пиво» согласовывал макет рассматриваемой рекламы, содержащий требуемое законодательством предупреждение о вреде чрезмерного употребления алкоголя, макет согласовывался сначала в электронной переписке, затем на бумажном виде. Отсутствие предупреждения в публикации это следствие ненадлежащего контроля рекламораспространителя. Претензия к рекламораспространителю в связи с указанным не направлялась.

Отвечая на вопросы, представители ОАО «Томское пиво» пояснили, что на предприятии существует строгая система согласования договоров, заключаемых предприятием. В согласовании участвуют несколько служб предприятия, в том числе финансовая и юридическая. Директором по маркетингу при размещении рассматриваемой рекламы нарушены требования к согласованию, действующие на предприятии. Подобная реклама распространялась еще в нескольких источниках: в газете «Томские новости», на собственном сайте ОАО «Томское пиво», на электронном ресурсе <http://www.tomsk.ru>. Работы по размещению статьи от имени ОАО «Томское пиво» приняла генеральный директор <...>, подпись генерального директора ставится после подписи директора по маркетингу.

Рассмотрев материалы дела, заслушав пояснения сторон, Комиссия считает установленным следующее.

В томской областной еженедельной газете «Красное знамя» от 21.02.2017 №22(27470) на основании договора возмездного оказания информационных и рекламных услуг №18 от 10.02.2011, на странице 2 размещена статья под названием «Достижения Гран-при для «Томского пива». Статья привлекает внимание к ОАО «Томское пиво» и продукции ОАО «Томское пиво», а именно, пиву: «Трое в лодке», «Сибирский пивовар», «Богемское», «Бархатное», «Томское фирменное», «Чешский Джбанек», «Холодный хмель». Текст дополнен фотографическим изображением человека. Слева внизу текста рекламы указано «на правах рекламы».

В соответствии с пунктами 1, 2 ст.3 Федерального закон от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе" (далее ФЗ «О рекламе») рекламой признается 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.

Объектом рекламирования является товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, 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.

Рассматриваемая статья является рекламой, поскольку отвечает требованиям п.1 ст.3 ФЗ «О рекламе». Объектом рекламирования в соответствии с п.2 ст.3 ФЗ «О рекламе» является ОАО «Томское пиво» и продукция ОАО «Томское пиво»: пиво «Трое в лодке», «Сибирский пивовар», «Богемское», «Бархатное», «Томское фирменное», «Чешский Джбанек», «Холодный хмель».

В силу пункта 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 №171-ФЗ "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции" алкогольная продукция - пищевая продукция, которая произведена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции, за исключением пищевой продукции в соответствии с перечнем, установленным Правительством Российской Федерации.

Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как спиртные напитки (в том числе водка), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

Из материалов дела следует, что пиво «Трое в лодке» и «Сибирский пивовар» содержат этилового спирта 4,9%, пиво «Бархатное» содержит спирта 4,1%, пиво «Томское фирменное» содержит спирта 4,0%; пиво «Чешский Джбанек» содержит спирта 4,5%; пиво «Богемское. Рецепт 1884 г.» содержит пива 5,0% (справка о содержании алкоголя в сортах пива).

Таким образом, объектом рекламирования в рассматриваемой рекламе является алкогольная продукция.

Согласно п.6 ч.1 ст.21 ФЗ "О рекламе" реклама алкогольной продукции не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультимедиа (анимации).

Согласно ч.3 ст.21 ФЗ «О рекламе» 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).

Согласно ч.2.1 ст.21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов.

Комиссия Томского УФАС России пришла к выводу, что рассматриваемая реклама ОАО «Томское пиво» размещена с нарушением требований п.6 ч.1, ч.2.1, ч.3 ст.21 ФЗ «О рекламе».

В материалах дела отсутствуют доказательства устранения нарушения законодательства о рекламе.

Согласно ч. 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований частей 1, 3, статьи 21 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель.

Согласно части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований частей 2-5 статьи 21 ФЗ «О рекламе» несет рекламораспространитель.

Рекламодателем рассматриваемой рекламы ОАО «Томское пиво» (ИНН 7018011045, ОГРН 1027000863141).

Рекламораспространитель является ООО «Редакция «Красное знамя» (ИНН 7017028984, ОГРН 1027000887682).

Комиссия Томского УФАС России, руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», п.37- п.42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу в виде статьи под названием «Достижения Гран-при для «Томского пива», опубликованной на стр.2 томской областной еженедельной газеты «Красное знамя» от 20.02.2017 №22(27470), поскольку в ней нарушены требования п.6 ч.1, ч.2.1, ч.3 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Выдать ОАО «Томское пиво» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
3. Выдать ООО «Редакция «Красное знамя» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Томского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 13 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии

И.В. Бутенко

Члены Комиссии

Е.П. Фоминых

Е.А. Пятерикова

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации
о рекламе по делу №06-11/19-17

14.03.2017

г.Томск

Комиссия Томского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: И.В. Бутенко, заместитель руководителя Томского УФАС России,

члены Комиссии: Е.П. Фоминых — специалист-эксперт отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатиования; Е.А. Пятерикова – специалист-эксперт отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатиования;

на основании своего решения от 14.03.2017 по делу №06-11/19-17 о признании ненадлежащей рекламы в виде статьи под названием «Достижения Гран-при для «Томского пива», опубликованной на стр.2 томской областной еженедельной газеты «Красное знамя» от 21.02.2017 №22(27470), поскольку в ней нарушены требования п.6 ч.1, ч.2.1, ч.3 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частей 1, 3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Открытому акционерному обществу «Томское пиво» (ИНН 7018011045, ОГРН 1027000863141) в течение 10 дней со дня получения настоящего предписания прекратить распространение рекламы в виде статьи под названием «Достижения Гран-при для «Томского пива», поскольку в ней нарушены требования п.6 ч.1, ч.2.1, ч.3 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. ОАО «Томское пиво» представить в Томское УФАС России письменные доказательства исполнения п.1 настоящего предписания в десятидневный срок с момента его получения.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Томское УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить административный штраф.

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

Председатель Комиссии

И.В. Бутенко

Члены
Комиссии

Е.П. Фоминых

Е.А. Пятерикова