

ООО Издательский дом
«МилаМедиаГрупп»

<...>

(с уведомлением)

РЕШЕНИЕ по делу № 887-12-Р

04 февраля 2013 года

г. Пермь

Резолютивная часть решения объявлена 22 января 2013 года.

В полном объеме решение изготовлено 04 февраля 2013 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Пермскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель
Комиссии

<...>

Члены Комиссии:

<...>

<...>

рассмотрев материалы дела № 887-12-Р в отношении ООО Издательский дом «МилаМедиаГрупп» (<...>) (далее - Ответчик), возбужденное по заявлению гр. <...> (вх. № 11924-12 от 28.08.2012 г.; вх. № 13176-12 от 19.09.2012г.) по факту распространения рекламы алкогольной продукции – водки «Царская золотая», размещенной в журнале «Пермь. Собака. Ru» за февраль, март 2012 г., с признаками нарушения ч.3 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»),

Заседания Комиссии состоялись:

22 ноября 2012 года:

- в присутствии представителя ООО Издательский дом «МилаМедиаГрупп» - <...> (доверенность б/н от 13.06.2012 года; предъявлен паспорт)

Заседание отложено в связи с необходимостью получения дополнительных доказательств.

14 декабря 2012 года:

- в отсутствие представителя ООО Издательский дом «МилаМедиаГрупп» (в материалах дела имеется доказательство надлежащего извещения ООО Издательский дом «МилаМедиаГрупп» о времени и месте рассмотрения дела № 887-12-Р).

Заседание отложено в связи с необходимостью получения дополнительных доказательств.

22 января 2012 года:

- в присутствии представителя ООО Издательский дом «МилаМедиаГрупп» - <...> (доверенность б/н от 10.01.2013г; предъявлен паспорт),

Ходатайств об отложении рассмотрения дела не поступало.

УСТАНОВИЛА:

В адрес Пермского УФАС России поступили обращения гр. <...> (вх. № 11924-12 от 28.08.2012 г., вх. № 13176-12 от 19.09.2012г.) о наличии признаков нарушения ч.3 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Определением о возбуждении производства по делу № 887-12-Р по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе (исх. № 12107-12 от 24.10.2012 г.) у ООО ИД «МилаМедиаГрупп» запрошены ряд документов, в том числе копии договоров с рекламодателем рассматриваемой рекламы (со всеми приложениями и дополнениями), а также информация о порядке согласования макета рекламы.

Запрошенные документы ООО Издательский дом «МилаМедиаГрупп» представлены не были.

Исследовав материалы дела, заслушав пояснения представителя ООО Издательский дом «МилаМедиаГрупп» - <...>, Комиссия приходит к следующим выводам.

На страницах 34-35 журнала «Пермь. Собака. Ru» за февраль 2012 г. (далее – Журнал) размещена информация под заголовком «ПЕРВАЯ ПЕРМСКАЯ ИНТЕРЬЕРНАЯ ПРЕМИЯ» следующего содержания:

«ПЕРВАЯ ПЕРМСКАЯ ИНТЕРЬЕРНАЯ ПРЕМИЯ». Лучшие дизайнеры и интерьеры 2011. Номинации: частный интерьер общественный интерьер. Подробности на prm-sobaka.ru».

При этом рассматриваемая информация сопровождается изображением логотипов журнала «Пермь. Собака. Ru» (Пермь. Собака. Ru журнал о людях в Москве, Петербурге и Перми), мебельного центра «YOKE» (YOKE mueblero), водки «ЦАРСКАЯ» (водка ЦАРСКАЯ золотая).

Также, на странице 128 журнала «Пермь. Собака. Ru» за март 2012 г. (далее – Журнал) размещена информация под заголовком «ЛУЧШИЕ ДИЗАЙНЕРЫ и ИНТЕРЬЕРЫ» следующего содержания:

«ЛУЧШИЕ ДИЗАЙНЕРЫ и ИНТЕРЬЕРЫ». Проект журнала «Собака.ru» «Интерьерная премия» стартует в Перми. Пока на сайте МедиаМода www.mediamoda.ru город выбирает лучших, мы публикуем 15 проектов, отобранных редакцией. Результаты открытого голосования и имена победителей будут оглашены на торжественной церемонии награждения. Отчет об этом событии – в майском выпуске. До 10 апреля Вы можете проголосовать за понравившийся интерьер на сайте www.mediamoda.ru в разделе «Конкурсы». Генеральный партнер проекта: YOKE. Партнер проекта: водка ЦАРСКАЯ золотая. Организатор: «Пермь.Собака.ru. Журнал о людях в Москве, Петербурге и Перми»

Указанная информация сопровождается изображением логотипов журнала «Пермь. Собака. Ru» (Пермь. Собака. Ru журнал о людях в Москве, Петербурге и Перми), мебельного центра «YOKE» (YOKE mueblero), водки «ЦАРСКАЯ» (водка ЦАРСКАЯ золотая).

В соответствии с ч. 1 ст. 3 Федерального закона «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 и поддержанию интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно п. 2 ст. 3 ФЗ «О рекламе» объект рекламирования - 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.

Пункт 3 данной статьи содержит определение товара, согласно которому товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В указанной рекламе упоминается товар – водка «Царская золотая» в качестве партнера проекта. Следовательно, упоминание о товаре – водке «Царская золотая» в данной рекламе преследует цель – помимо привлечения внимания к проекту «Интерьерная премия 2011», привлечение внимания к товару – водке «Царская золотая» и продвижение ее на рынке.

Таким образом, информация о партнере проекта – водке «Царская золотая» является рекламой товара – водка «Царская золотая» в силу п. 1, п. 3 ст.3 Федерального закона «О рекламе».

При этом в соответствии с ч. 1 ст. 455 Гражданского Кодекса Российской Федерации (далее по тексту – ГК РФ) товаром по договору купли-продажи могут быть любые вещи, не изъятые из оборота.

Таким образом, объектом рекламирования может быть тот товар, предназначенный для продажи и иного введения в гражданский оборот, который можно индивидуализировать, выделить среди однородной группы товаров. Соответственно, реклама товара всегда представляет собой информацию о конкретном товаре, который можно индивидуализировать внутри группы однородных товаров.

В данном случае информация о водке «Царская золотая» адресована неопределенному кругу лиц (для всех и каждого) и направлена на привлечение внимания к конкретному товару - водке («Царская золотая») и его продвижение на рынке, т.е. является его рекламой.

Согласно ч.3 ст.21 Федерального закона «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).

Рассматриваемая реклама предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции не содержит.

В силу п. 4 ст. 2 Федерального закона «О рекламе» специальные требования и ограничения, установленные Федеральным законом «О рекламе» в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств

индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого Федеральным законом «О рекламе» установлены специальные требования и ограничения.

ООО Издательский дом «МилаМедиаГрупп» представлены пояснения, в соответствии с которыми Общество факт нарушения требований ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» не признает, поскольку опубликованная информация не является рекламой, так как по причине мелкого нечитаемого шрифта не имела направленности на привлечение внимания к какому-либо объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. По мнению Общества, в данном случае рекламодатель указанной рекламы отсутствует, договоры на размещение указанной информации не заключались. Также, Обществом не были получены какие-либо средства на условии обязательного упоминания об определенном лице как о спонсоре.

Также, на заседании Комиссии представитель ООО Издательский дом «МилаМедиаГрупп» <...> пояснил, что у Общества отсутствует партнерский договор с изготовителем водки «Царская золотая», так как изготовитель данной продукции для участия в мероприятии «Интерьерная премия 2011» в качестве партнера не привлекался. Информация «Партнер проекта: водка ЦАРСКАЯ золотая» с изображением логотипа водки «Царской золотой» была размещена по инициативе ООО Издательский дом «МилаМедиаГрупп». Информация о фактическом участии партнера (изготовителя водки «Царская золотая») в мероприятии «Интерьерная премия 2011» у Общества также отсутствует.

Однако, в целях рассмотрения дела № 887-12-Р сотрудниками Пермского УФАС России был произведен осмотр Интернет-сайта по электронному адресу: <http://sobaka.milamedia.ru>, который подтвердил, что на указанном сайте в разделе «Проекты. Интерьерная премия 2011» содержится информация, подтверждающая фактическое участие партнера (изготовителя водки «Царская золотая») в мероприятии «Интерьерная премия 2011» (акт осмотра № 00168-13 от 15.01.2013).

Таким образом, в рассматриваемой рекламе содержится нарушение ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с п. 4 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно п. 6,7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных ч.3 ст. 21 настоящего закона несёт как рекламодатель, так и рекламораспространитель.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу п. 7 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодателем указанной рекламы является учредитель и издатель журнала «Пермь. Собака. Ru» - ООО Издательский дом «МилаМедиаГрупп» (<...>).

Документальных доказательств прекращения распространения ненадлежащей рекламы Комиссии не представлено.

На основании вышеизложенного, руководствуясь ст. 33 и ч. 1 ст. 36 Федерального закона «О рекламе», и в соответствии с п.п. 37-45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу алкогольной продукции – водки «Царская золотая», размещенную на страницах 34-35 журнала «Пермь. Собака. Ru» за февраль 2012 г., а также на странице 128 журнала «Пермь. Собака. Ru» за март 2012 г. ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».
2. Выдать ООО Издательский дом «МилаМедиаГрупп» предписание о прекращении нарушения ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».
3. Передать материалы дела уполномоченному лицу для решения вопроса о возбуждении в отношении ООО Издательский дом «МилаМедиаГрупп» административного дела по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 04 февраля 2013 года.

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

Председатель Комиссии

<...>

<...>

Члены Комиссии

.....

<...>

**ООО Издательский дом
«МилаМедиаГрупп»**

<...>

(с уведомлением)

ПРЕДПИСАНИЕ № 887-12-Р

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

04 февраля 2013 года

г. Пермь

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Пермскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель
Комиссии: <...>

<...>

Члены Комиссии:
<...>

на основании своего решения от 04.02.2013г. по делу № 887-12-Р о признании ненадлежащей рекламы алкогольной продукции – водки «Царская золотая», размещенной на страницах 34-35 журнала «Пермь. Собака. Ru» за февраль 2012 г., а также на странице 128 журнала «Пермь. Собака. Ru» за март 2012 г. поскольку в ней нарушены требования ч. 3 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», пунктами 44-45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО Издательский дом «МилаМедиаГрупп» (<...>) в **десятидневный срок** со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение ч.3 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», а именно:
 - не размещать рекламу алкогольной продукции в периодических печатных изданиях.
2. ООО Издательский дом «МилаМедиаГрупп» в **срок до 04 марта 2013 года** представить в Пермское УФАС России документальное подтверждение исполнения п.1 настоящего предписания.

В соответствии с ч.2.4 ст.19.5 КоАП РФ невыполнение в установленный срок законного решения, предписания федерального антимонопольного органа, его территориального органа о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе 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 статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

<...>

<...>

Члены Комиссии

<...>