

РЕШЕНИЕ

по делу № 10-03-21-02/79-ВО

30 марта 2010 года

г. Волгоград

Резолютивная часть решения объявлена 30 марта 2010 года.

Решение в полном объеме изготовлено 9 апреля 2010 года.

Комиссия Управления ФАС по Волгоградской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: председатель Комиссии, заместитель руководителя Управления – начальник отдела органов власти, член Комиссии, старший государственный инспектор отдела защиты конкуренции и контроля за рекламой, член Комиссии, специалист 1 разряда отдела защиты конкуренции и контроля за рекламой», рассмотрев дело № 10-03-21-02/79-ВО, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в печатном издании «ТЕЛЕСЕМЬ Волгоград» № 1 от 28 декабря 2009 г.– 3 января 2010 г. рекламы алкогольной продукции - вин коллекции VonPromenade, содержащей признаки нарушения части 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г., в присутствии представителей лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

- от ООО «Сервис-Продукт» (400019, г. Волгоград, ул. Крепильная, 128), - В.В.А. (доверенность от 1.03.2009 г.),
- от ООО «Медиа Резерв» (400131, г. Волгоград, ул. Мира, 19), - С.О.В. (доверенность от 29.03.2010 г. № 100),

УСТАНОВИЛА:

2 марта 2010 года Управлением ФАС по Волгоградской области по собственной инициативе возбуждено дело № 10-03-21-02/79-ВО по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в печатном издании «ТЕЛЕСЕМЬ Волгоград» № 1 от 28 декабря 2009 г.– 3 января 2010 г. на стр. 59 рекламы алкогольной продукции, содержащей признаки нарушения части 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г., а именно: в рекламе площадь предупреждения о вреде чрезмерного употребления алкогольной продукции составляет менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Согласно объяснениям представителя ООО «Сервис-Продукт» по факту возбуждения дела по признакам нарушения законодательства о рекламе, Обществом был заключен договор № 170/р от 17.12.2009 г. с ООО «Медиа Резерв» на оказание услуг по размещению рекламы в журнале «ТЕЛЕСЕМЬ Волгоград». Условия размещения, порядок и стоимость услуг прописаны в данном договоре. Так, в соответствии с пунктом 1.2 договора ООО «Сервис-Продукт» представило ООО «Медиа Резерв» образец оригинал-макета для его проверки на соответствие требованиям исполнителя. Однако, ООО «Медиа Резерв» в нарушение условий договора, а именно пункта 2.3.2 договора, не проверив и не дождавшись окончательного варианта оригинал-макета, который должен быть заверен подписью уполномоченного представителя ООО «Сервис-Продукт», разместило макет в журнале и выпустило в печать. Кроме того, согласно пункту 2.2.1 договора

ООО «Медиа Резерв» вправе было не принимать для размещения рекламу, которая не соответствует требованиям действующего законодательства, в том числе требования законодательства о рекламе. ООО «Медиа Резерв» не воспользовалось и этим правом и разместило рекламный материал в журнале. Представитель ООО «Медиа Резерв» пояснил, что Общество признает факт нарушения рекламного законодательства. Рекламный макет был представлен рекламодателем по электронной почте. Оплата за размещение рекламного материала была произведена по безналичному расчету по счету № 622 от 17.12.2009 г. платежным поручением № 123 от 23.12.2009 г. При размещении рекламного материала предупредительная надпись о вреде чрезмерного употребления алкогольной продукции была визуальна заметна, но измерять площадь, занимаемую предупреждением, не стали.

Изучив имеющиеся материалы дела, выслушав объяснения представителей лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, Комиссия пришла к следующим выводам:

Старшим государственным инспектором отдела защиты конкуренции и контроля за рекламой Управления ФАС по Волгоградской области Хилимовым С.А. в рамках осуществления государственного контроля за соблюдением рекламного законодательства была проведена проверка рекламы, размещенной в печатном издании «ТЕЛЕСЕМЬ Волгоград» № 1 от 28 декабря 2009 г.– 3 января 2010 г. По результатам проведенной проверки установлено, что на стр. 59 издания размещена следующая информация: «VINOVELLO. Новая винная романтика. Коллекция вин BonPromenade – приятная прогулка с французским шармом! Вина коллекции BonPromenade созданы из классических сортов винограда, выращенных во Франции. Букет каждого вина индивидуален: красные вина – это сложная смесь черной смородины, фруктов с сафьяновыми тонами и оттенками фиалок. В белых винах серии BonPromenade преобладают тона луговых цветов и горных трав. Элегантность мягкость и прекрасное соотношение цены и качества французских вин серии BonPromenade – вот те несколько слов, которые лучше всего характеризуют продукцию VINOVELLO. Приобретайте продукцию VINOVELLO в розничных и сетевых магазинах города» с изображением четырех бутылок вин коллекции BonPromenade и сопровождением перпендикулярно основному тексту предупредительной надписью: «Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью».

В соответствии со статьей 3 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. 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; объект рекламирования - товар, средство его индивидуализации, 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;

реklamодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;

реklamораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рассматриваемая информация содержит все квалифицирующие признаки

рекламы, поскольку она адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования - алкогольной продукции (винам коллекции BonPromenade), формирование или поддержание интереса к ней и ее продвижение на рынке.

В соответствии с пунктом 7 статьи 2 ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» № 171-ФЗ алкогольная продукция - пищевая продукция, которая произведена с использованием этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 1,5 процента объема готовой продукции. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как питьевой этиловый спирт, спиртные напитки (в том числе водка), вино (в том числе натуральное вино).

Согласно п. 1 ст. 17 указанного закона реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта более 15 процентов объема готовой продукции допускается только в организациях, осуществляющих деятельность по производству и обороту алкогольной продукции, с соблюдением требований, предусмотренных законодательством Российской Федерации о рекламе.

Как разъяснил Пленум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации в пункте 16 Информационного письма от 25.12.1998 г. № 37, информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом 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 настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения (ч. 4 ст. 2 ФЗ «О рекламе»).

В соответствии с 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).

Общая рекламная площадь рассматриваемой рекламы, определяемая как произведение (умножение) ширины рекламного модуля на его высоту (17,4 см × 12 см), составляет 208,8 квадратных сантиметра.

Однако площадь предупреждения о вреде чрезмерного употребления алкогольной продукции, которому, в силу части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства), в рассматриваемой рекламе равна (0,8 см × 12 см) 9,6 квадратных сантиметра, что составляет 4,6 процента рекламной площади (пространства).

Рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Сервис-Продукт» (400019, г. Волгоград, ул. Крепильная, 128), рекламораспространителем - ООО «Медиа Резерв» (400131, г. Волгоград, ул. Мира, 19, оф. 414). Согласно письму генерального директора ООО «Медиа Резерв» на основании заключенного сторонами договора № 170/р от 17.12.2009 г. рекламодателем по электронной почте был представлен макет рекламы. Оплата произведена по безналичному расчету по счету № 622 от 17.12.2009 г. платежным поручением № 123 от 23.12.2009 г. По договору № 170/р от 17.12.2009 г. ООО «Сервис-Продукт» (заказчик) поручает, а ООО «Медиа Резерв» (исполнитель) принимает на себя обязательства по размещению рекламных материалов в журнале «Телесемь». Пунктом 4.4 договора

предусмотрено, что услуги по размещению рекламы закрываются актами по окончании оказания услуг. Заказчик подписывает, датирует и возвращает исполнителю один экземпляр акта приема или направляет исполнителю мотивированный отказ от его подписания в течение 5 (пяти) рабочих дней после получения акта приема. В случае, если исполнитель по истечении 5 (пяти) дней не получит от заказчика подписанный акт приема или мотивированный отказ от его подписания, стороны признают, что акт приема считается подписанным, а услуги по размещению рекламы оказанными исполнителем и принятыми заказчиком в объеме и на условиях, указанных в таком акте приема.

Тот факт, что ООО «Медиа Резерв» (рекламораспространитель) разместило в журнале «Телесемь» представленный ООО «Сервис-Продукт» рекламный макет, который не соответствует требованиям рекламного законодательства, но могло и отказаться от публикации ненадлежащей рекламы, не освобождает от ответственности и самого рекламодателя, поскольку в соответствии со ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 3 статьи 21 настоящего Федерального закона несет как рекламодатель, так и рекламораспространитель.

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, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 г. № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу алкогольной продукции - вин коллекции VonPromenade, размещенную в журнале «ТЕЛЕСЕМЬ Волгоград» № 1 от 28 декабря 2009 г. – 3 января 2010 г. на стр. 59, поскольку в ней нарушены требования части 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.
2. Выдать ООО «Сервис-Продукт» (400019, г. Волгоград, ул. Крепильная, 128) предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
3. Выдать ООО «Медиа Резерв» (400131, г. Волгоград, ул. Мира, 19) предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 КоАП РФ.

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ
по делу № 10-03-21-02/79-ВО

30 марта 2010 года

г. Волгоград

Комиссия Управления ФАС по Волгоградской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:
председатель Комиссии, заместитель руководителя Управления – начальник
отдела органов власти,

член Комиссии, старший государственный инспектор отдела защиты конкуренции и контроля за рекламой,
член Комиссии, специалист 1 разряда отдела защиты конкуренции и контроля за рекламой»,
на основании своего решения от 30 марта 2010 года по делу № 10-03-21-02/79-ВО о признании ненадлежащей рекламу алкогольной продукции - вин коллекции VonPromenade, размещенную в журнале «ТЕЛЕСЕМЬ Волгоград» № 1 от 28 декабря 2009 г. – 3 января 2010 г. на стр. 59, поскольку в ней нарушены требования части 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.,
и в соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 33, частями 1, 6 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 46 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 г. № 508,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО «Сервис-Продукт» (400019, г. Волгоград, ул. Крепильная, 128) в течение 7 (семи) дней с момента получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе – части 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе», а именно: не размещать в журнале «ТЕЛЕСЕМЬ Волгоград» рекламу алкогольной продукции - вин коллекции VonPromenade без сопровождения её предупреждением о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).
2. ООО «Сервис-Продукт» (400019, г. Волгоград, ул. Крепильная, 128) представить в Управление ФАС по Волгоградской области письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в срок до 30 апреля 2010 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания антимонопольного органа ФАС России (территориальный орган ФАС России) вправе в соответствии со статьей 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 Волгоградской области в течение трех месяцев со дня вынесения предписания в порядке, предусмотренном статьёй 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

ПРЕДПИСАНИЕ
О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ
по делу № 10-03-21-02/79-ВО

30 марта 2010 года

г. Волгоград

Комиссия Управления ФАС по Волгоградской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии, заместитель руководителя Управления – начальник отдела органов власти,
член Комиссии, старший государственный инспектор отдела защиты конкуренции и контроля за рекламой,
член Комиссии, специалист 1 разряда отдела защиты конкуренции и контроля за рекламой»,
на основании своего решения от 30 марта 2010 года по делу № 10-03-21-02/79-ВО о признании ненадлежащей рекламу алкогольной продукции - вин коллекции VonPromenade, размещенную в журнале «ТЕЛЕСЕМЬ Волгоград» № 1 от 28 декабря 2009 г. – 3 января 2010 г. на стр. 59, поскольку в ней нарушены требования части 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.,
и в соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 33, частями 1, 6 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 46 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 г. № 508,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО «Медиа Резерв» (400131, г. Волгоград, ул. Мира, 19) в течение 7 (семи) дней с момента получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе – части 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе», а именно: не распространять в журнале «ТЕЛЕСЕМЬ Волгоград» рекламу алкогольной продукции - вин коллекции VonPromenade без сопровождения её предупреждением о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).
2. ООО «Медиа Резерв» (400131, г. Волгоград, ул. Мира, 19) представить в Управление ФАС по Волгоградской области письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в срок до 30 апреля 2010 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания антимонопольного органа ФАС России (территориальный орган ФАС России) вправе в соответствии со статьей 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 Волгоградской области в течение трех месяцев со дня вынесения предписания в порядке, предусмотренном статьёй 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.