

20 апреля 2010 года г. Абакан

Резолютивная часть решения объявлена 7 апреля 2010 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия (далее Хакасское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: Шалимов П.А., заместитель руководителя управления, начальник отдела антимонопольного законодательства, рекламы (АЗР);

члены Комиссии: Андрюшкова И.А., главный специалист-эксперт отдела АЗР;
Северина Е.С., старший специалист 3-го разряда отдела АЗР

рассмотрев дело № 4-Р-10, возбужденное в отношении ООО «Колумб», по признакам нарушения части 3 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее Закон «О рекламе»), выразившегося в распространении в магазине «Продукты ВСК» по адресу г. Абакан, ул. Вяткина, д. 43, рекламных буклетов «Весенний марафон» с рекламой пива: «Охота» крепкое, «Голд Бир» светлое, «Вольная Сибирь» светлое и «Сокол» светлое, без предупреждения о вреде чрезмерного потребления пива, в присутствии представителя:

– лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «Колумб» (ул. Вяткина, д. 43, г. Абакан, Республика Хакасия, 655017) – представитель по доверенности Патачаков Андрей Анатольевич (доверенность № 358 от 01.04.2010),

УСТАНОВИЛА:

4 марта 2010 года Комиссией Хакасского УФАС России была проведена внеплановая проверка, по результатам которой в присутствии директора магазина «Продукты ВСК» (г. Абакан, ул. Вяткина, 43) ООО «Колумб» Бакломенко М.Н. было зафиксировано с помощью фотосъемки и зафиксировано в акте № 1 о распространении на кассовом боксе магазина «Продукты ВСК» рекламных буклетов «Весенний марафон» Праздник начинается! ВСК поздравляет и дарит подарки! С 12 февраля по 31 марта. Продукты ВСК. На развороте рекламного буклета на стр. 3 размещена реклама пива «Охота» крепкое, «Голд Бир» светлое, «Вольная Сибирь» светлое и «Сокол» светлое.

Кроме рекламы пива в рекламном буклете «Весенний марафон...» на развороте рекламного буклета на стр. 3 размещена реклама алкогольной продукции: водка «Пять озер», шампанское МКШВ «Российское», Вино «Завет пастыря», коньяк «Киновский» в нижней части страницы имеется надпись следующего содержания: «чрезмерное употребление спиртного вредит вашему здоровью. Алкоголь противопоказан детям и подросткам, не достигшим 18 лет. Беременным и кормящим женщинам и лицам с заболеваниями центральной нервной системы, печени и других органов пищеварения, лицам управляющим транспортными средствами».

В письменном пояснении (вх. № 816 от 05.04.2010) представитель по доверенности Патачаков А.А. пояснил, что данный буклет является информацией о снижении цен, а не рекламой конкретной алкогольной продукции, пива и напитков изготовленных на его основе. В указанном буклете имеется надпись о вреде чрезмерного потребления спиртного и имеется надпись о противопоказаниях алкоголя несовершеннолетним, беременным и кормящим женщинам, лицам с заболеваниями ЦНС, печени и других органов пищеварения.

Изучив имеющиеся материалы дела, выслушав объяснения представителя по доверенности лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, Комиссия пришла к следующему.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее Закон «О рекламе») реклама – 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, 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; товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот; ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Часть 11 статьи 5 Закона «О рекламе» обязывает при производстве, размещении и распространении рекламы соблюдать требования законодательства Российской Федерации.

В соответствии с пунктом 9 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» (далее Закон «О госрегулировании...») спиртные напитки – алкогольная продукция, которая произведена с использованием этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции и не относится к питьевому этиловому спирту и вину.

Согласно пункта 7 статьи 2 Закона «О госрегулировании...» 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).

В соответствии с частью 3 статьи 1 Закона «О госрегулировании...» действие настоящего Федерального закона не распространяется на деятельность по производству и обороту пива.

В соответствии с частью 3 статьи 22 Закона «О рекламе», реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде чрезмерного потребления пива и напитков, изготавливаемых на его основе. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, – не менее чем пять секунд и такому предупреждению должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе,

распространяемой другими способами, – не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

В вышеназванном рекламном буклете «Весенний марафон» отсутствует предупреждение о вреде чрезмерного потребления пива и напитков изготовленных на его основе, следовательно, не соблюдены требования части 3 статьи 22 Закона «О рекламе». В силу части 7 статьи 38 Закона «О рекламе» рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований установленных частью 3 статьи 22 Закона «О рекламе».

Рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункт 7 статьи 3 Закона «О рекламе»).

Лицом, осуществляющим распространение вышеуказанного рекламного буклета «Весенний марафон» с рекламой пива без предупреждения о вреде чрезмерного потребления пива является ООО «Колумб», что подтверждается Положением о проведении совместных маркетинговых мероприятий «Весенний марафон» от 11.01.2010, фотоматериалами и актом № 1 от 04.03.2010 года.

Таким образом, ООО «Колумб» нарушило требования части 3 статьи 22 Закона «О рекламе», распространяя рекламные буклеты «Весенний марафон» с рекламой пива без предупредительной надписи.

В письме от 05.04.2010 (вх. № 816) представитель по доверенности ООО «Колумб» Патачаков А.А. пояснил, что данный буклет является информацией о снижении цен, а не рекламой конкретной алкогольной продукции, пива и напитков изготовленных на его основе.

Данный довод не может быть принят Комиссией во внимание, поскольку информация размещенная в буклете содержит все необходимые признаки рекламы: распространена при помощи рекламных буклетов, адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования – к пиву «Охота» крепкое, пиву «Голд Бир» светлое, пиву «Вольная Сибирь» светлое и пиву «Сокол» светлое и, формирование и поддержание интереса к нему (надпись «Внимание! Купи 5 бутылок пива «Сокол» и получи 6-ю в подарок!» с изображением бутылок пива в рекламе и однозначно свидетельствуют о намерении привлечь внимание к данному напитку).

В ходе рассмотрения дела 07.04.2010 представитель по доверенности Патачаков А.А. подтвердил изложенные в письме (вх. № 816 от 05.04.2010) доводы о том, что рекламораспространитель не несет ответственность за содержание буклетов согласно пункта 3 статьи 22 Закона «О рекламе», а ответственность несет рекламодатель, изготовивший буклет не рекламы конкретной алкогольной продукции, а о снижении цен.

Данные доводы не могут быть приняты, поскольку в соответствии с частью 7 статьи 38 Закона «О рекламе» за нарушение требований, установленных частью 3 статьи 22 указанного Закона ответственность несет рекламораспространитель.

ООО «Колумб» не соблюдены требования части 3 статьи 21 Закона «О рекламе», обязывающие рекламораспространителя в каждом случае при рекламировании пива и напитков, изготавливаемых на его основе, сопровождать предупреждением о вреде чрезмерного потребления пива и напитков, изготавливаемых на его основе, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

В материалах дела отсутствуют доказательства об устранении ООО «Колумб» нарушения законодательства РФ о рекламе в добровольном порядке. Таким образом, Комиссия Хакасского УФАС России считает, что ООО «Колумб» необходимо выдать предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 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 пива: «Охота» крепкое, «Голд Бир» светлое, «Вольная Сибирь» светлое и «Сокол» светлое распространенную в виде рекламных буклетов «Весенний марафон» в магазине «Продукты ВСК» по адресу г. Абакан, ул. Вяткина, д. 43, без предупреждения о вреде чрезмерного потребления пива, поскольку нарушены требования части 3 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «Колумб» предписание о прекращении нарушения части 3 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 20.04.2010 года.

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

Председатель комиссии П.А. Шалимов

Члены комиссии: И.А. Андрюшкова

Е.С. Северина

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

20 апреля 2010 года г. Абакан

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия (далее Хакасское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии: Шалимов П.А., заместитель руководителя управления, начальник отдела антимонопольного

законодательства и рекламы (АЗР);

члены Комиссии: Андриюшкова И.А., главный специалист-эксперт отдела АЗР;
Северина Е.С., старший специалист 3-го разряда отдела АЗР,

на основании своего решения от 20 апреля 2010 года по делу № 4-Р-10 о признании ненадлежащей распространённую в виде рекламных буклетов «Весенний марафон» в магазине «Продукты ВСК» по адресу г. Абакан, ул. Вяткина, д. 43, без предупреждения о вреде чрезмерного потребления пива, поскольку нарушены требования части 3 статьи 22 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 Закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Обществу с ограниченной ответственностью «Колумб» (ул. Вяткина, 43, г. Абакан, Республика Хакасия, 655017) в срок до 30 апреля 2010 года прекратить нарушение части 3 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», для чего при распространении рекламы пива в рекламных буклетах размещать предупреждение о вреде чрезмерного потребления пива площадь которого должна быть не менее 10 % от площади всей рекламы пива, размещенной в рекламных буклетах.
2. ООО «Колумб» представить в Хакасское УФАС России письменное доказательство исполнения пункта 1 настоящего предписания в срок до 10 мая 2010 года.

Согласно статье 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях невыполнение в установленный срок законного предписания федерального антимонопольного органа, его территориального органа 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 РХ в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель комиссии П. А. Шалимов

Члены комиссии: И.А. Андриюшкова

Е.С. Северина