

УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ

ПО КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

РЕШЕНИЕ

16 апреля 2010 года

№ Р – 02/2010

Калининград

Решение изготовлено в полном объеме 16 апреля 2010 года.

Резолютивная часть решения была оглашена на заседании комиссии Калининградского УФАС России 02 апреля 2010 года.

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

Председатель комиссии:	Арефьева И.С.	руководитель Калининградского УФАС России
Члены комиссии:	Боброва О.А.	заместитель руководителя Калининградского УФАС России
	Курятникова К.Ю.	старший специалист 1-ого разряда отдела контроля органов власти, размещения заказов и рекламы Калининградского УФАС России

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - ЗАО «Информационно-рекламная служба «39 регион» рассмотрев дело № Р-02/2010 возбужденное по признакам нарушения п. 1 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21; п. 4 ч. 2, ч. 3 ст. 22 Федерального закона "О рекламе" в отношении,

ЗАО «Информационно-рекламная служба «39 регион»,
ООО «Элегия»
и
ООО «Карбон Плюс»

УСТАНОВИЛА:

23.11.2009 г. в Калининградское УФАС России поступила жалоба гр-на ХХХ.

Заявитель сообщает, что в журнале «Калининградский Бизнес-журнал» и «Выбирай соблазны большого города. Калининград» распространяется реклама алкогольной продукции, а также пива и напитков изготавливаемых на его основе без соблюдения требований предъявляемых Законом «О рекламе» к указанию обязательного предупреждения.

В ходе рассмотрения данного заявления Калининградским УФАС России установлено, что:

- в журнале «Калининградский Бизнес-журнал» № 12 (33) 2009 г. на обложке размещена реклама ресторана — пивоварни «3 ступени». В данной рекламе изображена пивная кружка и имеется следующая информация: «семейный ресторан, домашняя кухня, 6 новых сортов пива.....» без указания обязательного предупреждения о вреде чрезмерного потребления пива.

В соответствии с п. 4 ч. 2 ст. 22 Закона о рекламе, реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, не должна размещаться на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов.

Согласно ч. 7 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных ч. 2 ст. 22 Федерального закона о рекламе несет рекламодатель.

В соответствии с ч. 3 ст. 22 Федерального закона от 16.03.2006 г. № 38-ФЗ «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.

Согласно ч. 6 и ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных ч. 3 ст. 22 Федерального закона о рекламе несет рекламодатель и

рекламораспространитель.

- в журнале «Калининградский Бизнес-журнал» № 12 (33) 2009 г. на обложке журнала размещена реклама коньяка «Тевтонский орден» с предупреждением о вреде чрезмерного потребления. Площадь данного предупреждения равна 4,5% от общей площади рекламного пространства. В соответствии с п. 1 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе, реклама алкогольной продукции не должна размещаться на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов.

Согласно ч. 7 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных ч. 2 ст. 21 Федерального закона о рекламе несет рекламораспространитель.

В соответствии с ч. 3 ст. 21 Федерального закона от 16.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Согласно ч. 6 и ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных ч. 3 ст. 21 Федерального закона о рекламе несут рекламодатель и рекламораспространитель.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «О рекламе» под рекламой понимается 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.

Определением от 22.01.2010 в отношении ЗАО «Информационно-рекламная служба «39 регион», ООО «Элегия» и ООО «Карбон Плюс» было возбуждено дело № Р-02/2010 по признакам нарушения п. 4 ч. 2, ч. 3 ст. 22; п. 1 ч. 2, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

Определением от 25.02.2010 рассмотрение дела отложено на 16.03.2010 и продлен срока до 21.03.2010.

Определением от 19.03.2010 рассмотрение дела отложено на 02.04.2010 и продлен срока до 21.04.2010, в связи с необходимостью получения дополнительных доказательств.

Существо дела в изложении ЗАО «Информационно-рекламная служба «39 регион», в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

Сотрудник, который занимался подготовкой, согласованием и изготовлением рекламы в журнале «Калининградский Бизнес-журнал» на данный момент уволен.

Данное лицо, просто не усмотрело нарушения и посчитало, что имеющаяся предупреждающая надпись соответствует требованиям закона «О рекламе».

Существо дела в изложении ООО «Элегия», в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

На заседание Комиссии Калининградского УФАС России законный представитель и (или) представитель по доверенности (защитник) ООО «Элегия» не явились. Согласно, официального сайта «Национальное кредитное бюро» юридический адрес ООО «Элегия»: ХХХ.

Определение о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе № Р — 02/2010, направленное по юридическому адресу ООО «Элегия» заказным письмом с почтовым уведомлением, возвращено за истечением срока хранения.

Таким образом, Калининградское УФАС России приняло все меры для обеспечения надлежащего уведомления рекламодателя рекламы коньяка «Тевтонский орден» - ООО «Элегия», о времени и месте рассмотрения дела № Р — 02/2010.

Существо дела в изложении ООО «Карбон Плюс», в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

На заседание Комиссии Калининградского УФАС России законный представитель и (или) представитель по доверенности (защитник) ООО «Карбон Плюс» не явились. Согласно, официального сайта «Национальное кредитное бюро» юридический адрес ООО «Карбон Плюс»: ХХХ.

Определение о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе № Р — 02/2010, направленное по юридическому адресу ООО «Карбон плюс»

заказным письмом с почтовым уведомлением, возвращено за истечением срока хранения и неявкой адресата.

Таким образом, Калининградское УФАС России приняло все меры для обеспечения надлежащего уведомления рекламодателя рекламы ресторана – пивоварни «III степени» - ООО «Карбон Плюс», о времени и месте рассмотрения дела № Р — 02/2010.

Обстоятельства, установленные антимонопольным органом на заседании Комиссии:

23.11.2009 г. в Калининградское УФАС России поступила жалоба гр-на ХХХ.

Заявитель сообщает, что в журнале «Калининградский Бизнес-журнал» и «Выбирай соблазны большого города. Калининград» распространяется реклама алкогольной продукции, а также пива и напитков изготавливаемых на его основе без соблюдения требований предъявляемых Законом «О рекламе» к указанию обязательного предупреждения.

В ходе рассмотрения данного заявления Калининградским УФАС России установлено, что:

1. В журнале «Калининградский Бизнес-журнал» № 12 (33) 2009 г. на обложке размещена реклама ресторана — пивоварни «3 степени». В данной рекламе изображена пивная кружка и имеется следующая информация: «семейный ресторан, домашняя кухня, 6 новых сортов пива.....» без указания обязательного предупреждения о вреде чрезмерного потребления пива.

В соответствии с п. 4 ч. 2 ст. 22 Закона о рекламе, реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, не должна размещаться на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов.

В соответствии с ч. 3 ст. 22 Федерального закона от 16.03.2006 г. № 38-ФЗ «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.

Согласно ч. 7 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных ч. 2 ст. 22 Федерального закона о рекламе несет рекламодатель.

Согласно ч. 6 и ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных ч. 3 ст. 22 Федерального закона о рекламе несут рекламодатель и рекламодатель.

2. В журнале «Калининградский Бизнес-журнал» № 12 (33) 2009 г. на обложке журнала размещена реклама коньяка «Тевтонский орден» с предупреждением о вреде чрезмерного потребления. Площадь данного предупреждения равна 4,5% от общей площади рекламного пространства. В соответствии с п. 1 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе, реклама алкогольной продукции не должна размещаться на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов.

В соответствии с ч. 3 ст. 21 Федерального закона от 16.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Согласно ч. 7 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных ч. 2 ст. 21 Федерального закона о рекламе несет рекламодатель.

Согласно ч. 6 и ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных ч. 3 ст. 21 Федерального закона о рекламе несут рекламодатель и рекламодатель.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», рекламодатель — изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламодатель — это лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств; рекламоизготовителем признается лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

15.09.2009 г. ЗАО «Информационно-рекламная служба «39 регион» (далее - Исполнитель) в лице генерального директора ХХХ заключило с ООО «Элегия» (далее - Заказчик) в лице директора УУУ договор № 118 на оказание услуг по размещению рекламы.

Согласно п. 1.1. Договора, Исполнитель обязуется оказать рекламные услуги по размещению рекламной информации Заказчика в периодическом печатном издании «Калининградский Бизнес-журнал».

В соответствии с п.п. 2.2.2. Договора, Исполнитель обязуется не принимать к публикации материалы, содержащие и (или) оформление которых, по мнению Исполнителя, не соответствуют моральным и этическим нормам, стилю журнала, а также противоречат действующему

законодательству РФ.

Согласно п.п. 6.1 Договора вступает в силу с момента подписания и действует до момента выполнения сторонами своих обязательств по данному договору.

При рассмотрении дела № Р – 02/2010, ЗАО «Информационно-рекламная служба «39 регион», доказательств согласования ООО «Элегия» рекламы коньяка «Тевтонский орден» распространяемой на обложке журнала «Калининградский Бизнес-журнал» представлено не было, таким образом, доказательств вины ООО «Элегия» - комиссией не установлено.

02.09.2009 ЗАО «Информационно-рекламная служба «39 регион» (далее - Исполнитель) заключило с ООО «Карбон плюс» (далее — Заказчик) договор № 124 на оказание услуг по размещению рекламы.

Согласно п. 1.1. Договора, Исполнитель обязуется оказать рекламные услуги по размещению рекламной информации Заказчика в периодическом печатном издании «Калининградский Бизнес-журнал».

В соответствии с п.п. 2.2.2. Договора, Исполнитель обязуется не принимать к публикации материалы, содержащие и (или) оформление которых, по мнению Исполнителя, не соответствуют моральным и этическим нормам, стилю журнала, а также противоречат действующему законодательству РФ.

Согласно п.п. 6.1 Договора вступает в силу с момента подписания и прекращает свое действие 03 апреля 2010 года.

При рассмотрении дела № Р – 02/2010, ЗАО «Информационно-рекламная служба «39 регион» представило макет рекламы ресторана-пивоварни «III степени» согласованный и утвержденный, для распространения в журнале «Калининградский Бизнес - журнал», исполнительным директором ООО «Карбон Плюс».

Комиссией установлено, что рекламодателем рекламы:

-коньяка «Тевтонский орден» является ООО «Элегия»;

-ресторана-пивоварни «3 степени» является ООО «Карбон плюс»;

-рекламораспространителем и рекламоизготовителем вышеуказанной рекламы является ЗАО «Информационно-рекламная служба «39 регион».

На основании изложенного, руководствуясь п. 1 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «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 рекламу коньяка «Тевтонский орден» размещенную, на обложке журнала «Калининградский Бизнес-журнал» № 12 (33) 2009, ненадлежащей.

2. Признать рекламу ресторана-пивоварни «III степени» размещенную на обложке журнала «Калининградский Бизнес-журнал» № 12 (33) 2009, ненадлежащей.

3. Признать действия рекламодателя ООО «Карбон Плюс» нарушением п. 4 ч. 2, ч. 3 ст. 22 ФЗ № 38 от 13.03.2006 «О рекламе» в части не соблюдения требований, предъявляемых к предупреждающей надписи о вреде чрезмерного потребления пива, и напитков изготавливаемых на его основе и к месту размещения рекламы.

4. Признать действия рекламораспространителя и рекламоизготовителя ЗАО «Информационно-рекламная служба «39 регион» нарушением п. 1 ч. 2, ч. 3 ст. 21; п. 4 ч. 2, ч. 3 ст. 22 ФЗ № 38 от 13.03.2006 «О рекламе» в части определения объекта рекламирования без соблюдения требований, предъявляемых к предупреждающей надписи о вреде чрезмерного потребления алкоголя, в том числе пива, и напитков изготавливаемых на его основе и к месту размещения рекламы.

5. Выдать ООО «Карбон Плюс» предписание о недопущении нарушения законодательства о рекламе.

6. Выдать ЗАО «Информационно-рекламная служба «39 регион» предписание о недопущении нарушения законодательства о рекламе.

7. Прекратить рассмотрение дела в отношении ООО «Элегия».

8. Передать материалы дела должностному лицу Калининградского УФАС России для решения вопроса о привлечении лиц, виновных в нарушении законодательства о рекламе к ответственности, предусмотренной статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с ч. 1 ст. 37 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе», решение, предписание антимонопольного органа могут быть обжалованы в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации. В течение трех месяцев со дня вынесения решения, выдачи предписания.

Руководитель
Калининградского УФАС России И.С. Арефьева

Заместитель руководителя
Калининградского УФАС России О.А. Боброва

Старший специалист 1-ого разряда
отдела контроля органов власти,
размещения заказов и рекламы
Калининградского УФАС России К.Ю. Курятникова