

РЕШЕНИЕ

27 июля 2016 г.

г. Чебоксары

Дело № 10-Р-2016

Резолютивная часть решения оглашена 20 июля 2016 года.

Решение в полном объеме изготовлено 27 июля 2016 года.

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

Председатель Комиссии:

«...»

Члены Комиссии:

«...»

рассмотрев дело № 10-Р-2016, возбужденное в отношении ИП Злыденной И.А. по признакам нарушения пункта 2 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее Закон о рекламе), выразившимся в распространении ненадлежащей рекламы алкогольной продукции, распространявшейся в рекламно - информационном издании «PRO город Чебоксары» от 28.05.2016 № 21(299), имеющим установленное редакцией данного печатного издания возрастное ограничение читателей (+16),

в присутствии:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения Закона о рекламе – «PRO город Чебоксары» «...»

заявителя - гражданина «...»

УСТАНОВИЛА:

В Чувашское УФАС России поступило заявление гражданина «...», зарегистрированное от 10.06.2016 № 04-10/3660, перенаправленное в адрес Чувашского УФАС России из Управления Роскомнадзора по Чувашской Республике – Чувашии (исх. от 08.06.2016 № 2881-04/21), поступившее в Управление Роскомнадзора из Прокуратуры Чувашской Республики (исх. от 01.06.2016 № 21-р-2016), о распространении в рекламно - информационном издании «PRO город Чебоксары» ненадлежащей рекламы.

Согласно жалобе гражданина «...» (далее – Заявитель) на пятой странице газеты «PRO город Чебоксары» от 28.05.2016 № 21(299) размещено рекламное объявление, о том, что в г.Чебоксары открылся первый бутик «Фанагория».

Заявитель считает, что указанное рекламное объявление является рекламой алкогольной продукции в нарушение установленных требований статьи 21 Закона о рекламе, поскольку распространение рекламы алкогольной продукции не допускается в предназначенных для несовершеннолетних печатных изданиях.

При этом Заявитель указывает на то, что в данном случае, возрастное ограничение (+16) установлено на первой и тридцать первой странице рассматриваемой газеты.

Факт размещения рассматриваемой рекламы Заявитель подтвердил прилагаемым к заявлению выпуском рекламно - информационного издания «PRO город Чебоксары от 28.05.2016 № 21(299) .

Изучив представленные документы, заслушав доводы лиц, участвующих в рассмотрении дела, Комиссия пришла к следующим выводам.

Согласно [пункту 1](#) статьи 3 Закона 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.

Изучив содержание рассматриваемой информации, можно сделать вывод, что данная информация:

публично распространена;

предназначена для неопределенного круга лиц;

имеет контактную информацию (сайт www.fanagoria.ru ТЦ "Мадагаскар", 1 этаж);

преследует цель обратить внимание на открытие в г.Чебоксары первого розничного винного бутика «Фанагория», "где теперь горожане смогут насладиться изысканным вкусом кубанских напитков";

направлена на продвижение алкогольной продукции собственной сети розничных винных бутиков «Фанагория» на рынке реализации аналогичных товаров.

Таким образом, рассматриваемая информация соответствует всем квалифицирующим признакам рекламы, определенным пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе.

В рассматриваемой рекламной статье содержится информация об "уникальности винодельческого предприятия "Фанагория", осуществляющего полный цикл виноделия, побуждающая тем самым потребителей данной рекламы к совершению покупки рекламируемого товара в розничном фирменном бутике «Фанагория», где представлен широкий ассортимент как продукции данного предприятия (производителей России), так и зарубежных алкогольных брендов.

Наглядность рекламируемой продукции винных бутиков "Фанагория" придают в рекламной статье фотографии раскинувшихся виноградников агропредприятия "Фанагория", бочки с содержанием вина и коньячного спирта (согласно тексту рекламируемой статьи), а также бутылка вина и фужер для вина с гроздью виноградной ветки.

Таким образом, объектом рекламирования рассматриваемой рекламы является алкогольная продукция винного бутика «Фанагория», открывшегося в г.Чебоксары.

Данная реклама публично распространена и предлагается для неопределенного круга лиц - потребителей рекламы газеты «PRO город Чебоксары», в том числе для несовершеннолетних читателей.

Возраст несовершеннолетия определен нормами Гражданского кодекса Российской Федерации - до достижения восемнадцати лет.

Поскольку рекламная информация предназначена для неопределенного круга лиц, то это означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых она направлена.

В данной норме, в соответствии с [Письмом](#) ФАС России от 27.06.2016 N АД/43482/16, под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

В силу статьи 21 Закона о рекламе установлены требования к рекламе алкогольной продукции, а также запреты на распространение рекламы такой продукции с помощью отдельных средств распространения рекламы, в том числе периодических печатных изданий, где содержатся отдельные требования к содержанию рекламы такой продукции, которая не должна размещаться в периодических печатных изданиях, за исключением рекламы пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, а также вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда, которая не должна размещаться на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов.

[Пунктом 2 части 2 комментируемой статьи](#) полностью запрещено размещение (распространение) рекламы алкогольной продукции в предназначенных для несовершеннолетних печатных изданиях, аудио- и видеопродукции.

В данном случае редакция газеты «PRO город Чебоксары» установила возрастное ограничение читателей, указав его на первой и тридцать первой странице

печатного издания (+16).

Таким образом, размещение рекламы алкогольной продукции в периодическом печатном издании, где содержатся отдельные условия, указывающие на возрастное ограничение читателей (+16), является нарушением требований пункта 2 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В целях рассмотрения заявления по существу, а также определения норм, которые в данном случае подлежат применению, Чувашское УФАС России письмом от 20.06.2016 № 04-10/4224 осуществило запрос в адрес редакции «PRO город Чебоксары» о представлении всей имеющейся информации, относящейся к данной рекламе, в том числе о лице, осуществившем распространение информации, указанной в рекламе.

Из документов и материалов, представленных газетой «PRO город Чебоксары» следует, что согласно договору купли-продажи печатных площадей (полос) от 01.08.2013 № 3, заключенного между ООО «Город 21» (Продавец) и ИП Злыденной И.А. (Покупатель), печатные площади в газете «PRO город Чебоксары» выкупает ИП Злыденная И.А. и использует их по своему усмотрению (пункт 1.2 вышеуказанного договора).

На основании письменных пояснений газеты «PRO город Чебоксары», лицом, осуществившим распространение рекламы, является ИП Злыденная И.А.

В силу [части 9 статьи 2](#) Закона Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» под распространителем понимается лицо, осуществляющее распространение продукции средства массовой информации по договору с редакцией, издателем или на иных законных основаниях.

В смысле [Закона](#) о рекламе рекламораспространителем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункт [7 статьи 3](#) Закона о рекламе).

Таким образом, согласно статье 3 Закона о рекламе ИП Злыденная И.А. является рекламораспространителем рассматриваемой рекламы.

В силу части 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных нормами данного закона возложена на рекламораспространителя.

Исходя из вышеизложенного, Комиссия приходит к выводу о нарушении ИП Злыденной И.А. требований, определенных пунктом 2 части 2 статьи 21 Закона о рекламе, запрещающей размещение (распространение) рекламы алкогольной продукции в предназначенных для несовершеннолетних печатных изданиях, аудио- и видеопроизведениях.

Вместе с тем, в связи с нераспространением данной рекламы на момент рассмотрения дела, Комиссия Чувашского УФАС не установила необходимость в выдаче предписания ИП Злыденной о прекращении распространения

рассматриваемой ненадлежащей рекламы.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, часть 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 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 ненадлежащей рекламу, содержащую информацию о распространении рекламы алкогольной продукции в предназначенном, в том числе, для несовершеннолетних печатном издании «PRO город Чебоксары» от 28.05.2016 № 21(299), поскольку в ней нарушены требования определенные пунктом 2 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

2. Не выдавать ИП Злыденной И.А. предписание о прекращении нарушения Закона о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Чувашского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ИП Злыденной И.А.

Решение изготовлено в полном объеме 27 июля 2016 года и может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

«...»

Члены Комиссии

«...»