

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

Управление по Кировской области

610019, г.Киров обл., ул. К.Либкнехта, 69, тел. 64-73-31

от "27" октября 2010 г.

г. Киров

РЕШЕНИЕ

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

Председателя Комиссии – <.....> – руководителя управления и членов Комиссии – <.....> – вед. специалиста-эксперта отдела финансовых рынков и рекламы, <.....> – вед. специалиста-эксперта отдела финансовых рынков и рекламы, в присутствии:

< > – представителя индивидуального предпринимателя <.....> по доверенности от ;

в отсутствие заявителя – < >, надлежащим образом извещенной о дате, месте и времени рассмотрения дела, просила рассмотреть в ее отсутствие;

протокол вела <.....> – специалист 2 разряда отдела финансовых рынков и рекламы;

рассмотрев дело № 43, возбужденное по заявлению < > по признакам нарушения ИП <.....> ст. 21 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 года № 38-ФЗ,

УСТАНОВИЛА:

29.09.2010 в Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области поступило заявление гражданки < > по нарушению ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» при размещении рекламной статьи под названием «Ценитель или знаток?» в рекламном-информационном издании «Бизнес Навигатор».

В результате проведенной проверки по данному заявлению было установлено следующее.

В рекламном-информационном издании «Бизнес Навигатор» от 13.09.2010 № 36 (40) на странице 29 размещалась статья под названием «Ценитель или знаток?» с информацией о правилах потребления разных сортов вин, в том числе белых, красных и шампанских, наименовании хозяйствующего субъекта, реализующего указанную продукцию, а также месте ее приобретения.

Реклама алкогольной продукции, в соответствии с ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе», в каждом случае должна сопровождаться обязательным предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления. В рассматриваемом случае такое предупреждение отсутствовало.

Ответственность за нарушение ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель, которым в данном случае выступает ИП <.....>. Поэтому в отношении данного хозяйствующего субъекта было возбуждено производство по делу.

На заседании Комиссии по данному делу представитель ИП <.....> нарушение законодательства о рекламе признала и пояснила, что нарушение было разовым и в настоящий момент вся реклама алкогольной продукции сопровождается обязательным предупреждением.

Изучив имеющиеся документы и заслушав доводы ответчика, Комиссия установила, что ИП <.....> нарушена ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

Выводы Комиссии основаны на следующем:

Согласно ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «О рекламе», **рекламой является информация, распространяемая 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. Под объектом рекламирования понимается 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. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.**

В рекламном-информационном издании «Бизнес Навигатор» от 13.09.2010 № 36 (40) на странице 29 размещалась статья под названием «Ценитель или знаток?». Указанная публикация содержала информацию о правилах потребления разных сортов вин, в том числе белых, красных и шампанских. О данных правилах в статье рассказывает крупный поставщик алкогольной продукции города Кирова компания «Гармония». Кроме того, данная статья содержала указание на то, где возможно приобрести продукцию лучших марок и винных домов, а именно на оптовом складе компании «Гармония», по адресу: г. Киров, ул. <...>, т. (8332) 40-2<...>.

Рассматриваемая информация по своему содержанию была адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к компании «Гармония» и реализуемой данным хозяйствующим субъектом алкогольной продукции, в частности винам различных сортов. Кроме того, она была направлена на формирование и поддержание интереса потребителей как к самой «Гармонии», так и продаваемой ею продукции и служила продвижению их на рынке. Поэтому, данная статья расценивается в качестве рекламы алкогольной продукции.

Ненадлежащей признается реклама не соответствующая требованиям законодательства РФ.

В соответствии с частью 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-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).

Вышеуказанная рекламная статья под названием «Ценитель или знаток?» такое предупреждение не содержала и была размещена с нарушением ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение ч. 3 ст. 21 несет рекламодатель.

Рекламодателем, т.е. лицом, осуществившим распространение ненадлежащей рекламы алкогольной продукции в рекламном-информационном издании «Бизнес Навигатор», является индивидуальный предприниматель Юкляевская Светлана Вячеславовна (Договор от 03.08.2010 № 6/н, счет от 11.08.2010 № 624, заявка от 01.09.2010, акт от 27.09.2010 № 00000441).

Все вышеуказанное позволяет сделать вывод, что нарушение рекламного законодательства произошло по вине ИП <.....>

Учитывая тот факт, что ненадлежащая реклама была размещена разово и в настоящий момент не распространяется,

Комиссия решила предписание об устранении нарушения законодательства о рекламе не выдавать.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Согласно ст. 2.4 Кодекса РФ об административных правонарушениях ИП <.....> несет административную ответственность как должностное лицо в случае совершения ей административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Комиссия считает необходимым привлечь индивидуального предпринимателя <.....> к административной ответственности.

Руководствуясь ст. 3, ст. 21, ст. 33, ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе», и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, размещенную ИП <.....> в виде статьи с названием «Ценитель или знаток?» в рекламном-информационном издании «Бизнес Навигатор» от 13.09.2010 № 36 (40) на странице 29, так как она противоречит требованиям ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать ИП <.....>, нарушившей ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

3. Предписание об устранении нарушения рекламного законодательства не выдавать.

4. Передать материалы дела ведущему специалисту - эксперту Кировского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 КоАП РФ, в отношении индивидуального предпринимателя <.....>.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в трехмесячный срок.

Решение изготовлено в окончательной форме 28.10.2010 года.

Председатель Комиссии

<.....>

Члены Комиссии

<.....><.....>