

14 апреля 2009 года г. Абакан

Резолютивная часть решения объявлена 01.04.2009 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 и рекламы (АЗР);

члены Комиссии: Андрюшкова И.А., главный специалист-эксперт отдела АЗР;
Жукова И.И., ведущий специалист-эксперт отдела АЗР;
Лесниченко Н.В., специалист-эксперт отдела АЗР;

рассмотрев дело № 1-Р-09 в отношении общества с ограниченной ответственностью «МедиаФорма» по признакам нарушения части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее Закона «О рекламе»), выразившегося в отсутствии предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции при распространении рекламы алкогольной продукции «Шушенская марка» в газете «Шанс» № 4 от 29 января – 4 февраля 2009 года.

в отсутствие представителей:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «МедиаФорма» (в сопроводительном письме и письменном пояснении от 23 марта 2009 года (вх. № 632 от 24.03.2009) указана просьба рассмотреть дело в отсутствие уполномоченных представителей, в том числе и директора ООО «МедиаФорма»)

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе при проверке печатных СМИ в газете «Шанс» № 4 от 29 января – 4 февраля 2009 года на стр. 10 было опубликовано статья «Компания «Шушенская марка» признана «Лучшим работодателем России – 2008» с рекламой алкогольной продукции в виде изображения товарного знака «Шушенская марка» в верхней части страницы, а также текстового сопровождения, указывающего на конкретную продукцию премиум водка «DIXON».

Хакасским УФАС России было возбуждено производство по делу по признакам нарушения части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» в отношении рекламодателя ООО «МедиаФорма» выразившегося в отсутствии предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции при распространении рекламы алкогольной продукции «Шушенская марка» в газете «Шанс» № 4 от 29 января – 4 февраля 2009 года на стр. 10, путем размещения товарного знака, зарегистрированного Роспатентом по классу 33 МКТУ – вина, водка, ликеры (справка из Гос. реестра товарных знаков).

В письменном пояснении от 23 марта 2009 года (вх. № 632 от 24.03.2009) ООО «МедиаФорма» отмечает, что указанная публикация не имеет основной целью продвижение товара на рынке. Это справочно-аналитический информационный материал, информирующий читателя о премировании компании «Шушенская Марка» в рамках проекта «Лидеры экономики России» премией «Лучший работодатель России 2008», размещенная в газете «Шанс» информация не является информацией нарушающей нормы рекламного законодательства.

Исследовав материалы дела, Комиссия Хакасского УФАС России пришла к следующим выводам.

В соответствии с частью 11 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее Закон «О рекламе») при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации.

В силу части 3 статьи 21 Закона «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).

Учитывая правовую позицию Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации, выраженную в пункте 15 Информационного письма от 25.12.1998 N 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» для поддержания интереса к товару не обязателен показ самого товара, а достаточно изображения различительных элементов (в том числе товарного знака), которые использовались при рекламе этого товара.

В вышеназванной статье в верхней части страницы 10 размещено изображение товарного знака «Шушенская марка», зарегистрированного Роспатентом по классу 33 МКТУ – вина, водка, ликеры (справка из Гос. реестра товарных знаков).

Однако в содержании вышеназванной рекламы алкогольной продукции «Шушенская марка» при размещении товарного знака, как указано в тексте – «такого популярного бренда, как «Шушенская марка» и премиум водка «DIXON», отсутствует предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции, следовательно, нарушены требования части 3 статьи 21 Закона «О рекламе».

В силу части 7 статьи 38 Закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований установленных частью 3 статьи 22 Закона «О рекламе».

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

Лицом, осуществляющим распространение рекламы является юридическое лицо ООО «МедиаФорма».

В соответствии с пунктами 16 Информационного письма Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе», вопрос о наличии в

информации признаков рекламы решается с учетом конкретных обстоятельств дела. Информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

В статье «Компания «Шушенская марка» признана «Лучшим работодателем России – 2008» подчеркнuto, что «Шушенской марке» удалось сохранить за собой лидерство на краевом алкогольном рынке.

Кроме того, упоминание в вышеназванной статье о конкретной продукции – премиум водка «DIXON», которая представлена на прилавках Омска, Томска, Читы, Кемерово, Иркутска, Новокузнецка, Барнаула, Улан-Удэ, Новосибирска, Владивостока, Хабаровска и Якутска... Пятый год подряд самая продаваемая продукция в Красноярском крае – продукция ООО «Шушенская марка» (за 2008 год предприятию принадлежит 20% водочного рынка края).

Таким образом, данная статья вызывает интерес именно к алкогольной продукции ООО «Шушенская марка».

Понятие «реклама» приведено в пункте 1 статьи 3 Закона о рекламе – 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 в данном случае к алкогольной продукции.

Комиссия Хакасского УФАС России считает, что данная статья с размещенным товарным знаком и текстовым сопровождением – «невозможно представить себе современный алкогольный рынок России и края без такого популярного бренда, как «Шушенская марка» содержит элементы рекламы именно алкогольной продукции.

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

Р Е Ш И Л А:

1. Признать рекламу алкогольной продукции распространенную обществом с ограниченной ответственностью «МедиаФорма», в газете «Шанс» № 4 от 29 января – 4 февраля 2009 года на стр. 10 с изображением товарного знака «Шушенская марка» в верхней части страницы, а также текстового сопровождения, указывающего на конкретную алкогольную продукцию премиум водка «DIXON», без предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции, неадекватной, поскольку в ней нарушены требования части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «МедиаФорма» предписание о прекращении нарушения законодательства 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 14.04.2009 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. Андриюшкова

И.И. Жукова

Н.В. Лесниченко

ПРЕДПИСАНИЕ

**о прекращении нарушения законодательства
Российской Федерации о рекламе.**

14 апреля 2009 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;

Жукова И.И., ведущий специалист-эксперт отдела АЗР;

Лесниченко Н.В., специалист-эксперт отдела АЗР;

на основании своего решения от 14 апреля 2009 года по делу № 1-Р-09 о признании ненадлежащей распространенную ООО «МедиаФорма» в газете «Шанс» № 4 от 29 января – 4 февраля 2009 года на стр. 10 рекламу алкогольной продукции, с изображением товарного знака «Шушенская марка» в верхней части страницы, а также текстового сопровождения, указывающего на конкретную алкогольную продукцию премиум водка «DIXON», без предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 3 статьи 21 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 «МедиаФорма» (ул. Тельмана, д 143, кв. 94, г. Абакан, Республика Хакасия, 655017) немедленно прекратить нарушение части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», для чего при каждом распространении в газете «Шанс» рекламы алкогольной продукции размещать предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции, при этом площадь такого предупреждения должна быть не менее чем 10 % от рекламной площади.
2. ООО «МедиаФорма» представить в Хакасское УФАС России письменное доказательство исполнения пункта 1 настоящего предписания после первого опубликования в газете «Шанс» рекламы алкогольной продукции.

Согласно статье 19.5 КоАП РФ 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. Андрюшкова

И.И. Жукова

Н.В. Лесниченко