

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 08-21/31-15

«16» июля 2015 г.

г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: Стрельников Д.Ю. — заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области (далее – Управление);
Члены Комиссии: Жукова Е.А. — начальник отдела контроля за рекламной деятельностью Управления;
Костина Р.Р. — ведущий специалист-эксперт отдела контроля за рекламной деятельностью Управления,

рассмотрев дело № 08-21/31-15, возбужденное по факту распространения в магазине «SPAR», расположенном по адресу: Московская область, г. Химки, пр-т Мельникова 2Б, рекламных буклетов «SPAR / с 13 по 26 мая 2015» с признаками нарушения части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы алкогольной продукции, в которой предупреждение о вреде ее чрезмерного потребления составляет менее десяти процентов, в присутствии представителя:

– лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – ООО «ТД ИНТЕРТОРГ», (место нахождения: 187026, Ленинградская область, Тосненский р-н, г. Никольское, ул. Комсомольская, д. 14, пом. 6),
<...>

УСТАНОВИЛА:

Московским областным УФАС России 20.05.2015 в 13:05 установлен факт распространения в магазине «SPAR», расположенном по адресу: Московская область, г. Химки, пр-т Мельникова 2Б, рекламных буклетов «SPAR / с 13 по 26 мая 2015» на 16-17 страницах которых содержится реклама алкогольной продукции с признаками нарушения части 3 статьи 21 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы алкогольной продукции, в которой предупреждение о вреде ее чрезмерного потребления составляет менее десяти процентов.

Согласно позиции ООО «ТД ИНТЕРТОРГ», нарушение было допущено вследствие технической ошибки дизайнера при разработке макета.

Рассмотрев материалы дела и выслушав доводы лиц участвующих в деле, Комиссия установила следующее.

В соответствии с пунктами 1-3 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. 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.

Рассматриваемая реклама направлена на привлечение внимания к алкогольной продукции, а именно: к пивному напитку «MARTI RAY», пиву «Старый Мельник», пивному напитку «Garage», вину «Легенда Крыма», коктейлю «Hoosh», вину «Barbera», вину «Sangiovese di Romagna», вину «Chianti», коньяку «Великая Династия», коньяку «Страна Камней № 3», коньяку «Гугули», водке «На Березовых Бруньках», водке «Байкал», водке «Мягков».

В соответствии с частью 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).

При измерении рекламного пространства, занимаемого предупреждением в рекламном буклете, установлено, что площадь (рекламное пространство) предупреждающей надписи составляет:



(где x – площадь предупреждения, %; $17,2 \text{ см}^2$ ($21,3 \text{ см}$ (длина надписи) \times $0,8 \text{ см}$ (ширина надписи) – площадь надписи, см^2 ; $462,5 \text{ см}^2$ (25 см (длина макета) \times $18,5 \text{ см}$ (ширина макета) – площадь макета, см^2).

Таким образом, площадь, занимаемая предупреждением о вреде чрезмерного потребления алкоголя непосредственно в рекламе, составляет 3,7% (т.е. менее 10% рекламного пространства).

Учитывая изложенное, рассматриваемая реклама должна была сопровождаться предупреждением о вреде чрезмерного потребления алкоголя, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

На основании изложенного, Комиссией установлен факт нарушения требований части 3 статьи 21 Закона о рекламе при распространении рассматриваемой рекламы.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, части 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской

РЕШИЛА:

1. Признать рассматриваемую рекламу ненадлежащей, не соответствующей требованиям части 3 статьи 21 Закона о рекламе.
2. Выдать ООО «ТД ИНТЕРТОРГ» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «30» июля 2015 г.

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

Председатель Комиссии

Д.Ю. Стрельников

Е.А. Жукова

Члены Комиссии

Р.Р. Костина

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

«30» июля 2015 года

г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области (далее – Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: Стрельников Д.Ю. — заместитель руководителя Управления;
Жукова Е.А.— начальник отдела контроля за рекламной деятельностью Управления;
Члены Комиссии: Костина Р.Р. — ведущий специалист - эксперт контроля за рекламной деятельностью Управления,

на основании своего Решения от 30 июля 2015 г. по делу № 08-21/31-15 о признании ненадлежащей рекламы, размещенной в буклетах «SPAR / с 13 по 26 мая 2015», в соответствии п. 1 ч. 2 ст. 33, ч.ч. 1, 3 ст. 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», п.п. 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17 августа 2006 г. № 508,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО «ТД ИНТЕРТОРГ» (место нахождения: 187026, Ленинградская область, Тосненский р-н, г. Никольское, ул. Комсомольская, д. 14, пом. 6) в двухнедельный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: прекратить распространение рекламы алкогольной продукции, в которой предупреждение о вреде ее чрезмерного потребления составляет менее десяти процентов рекламной площади (пространства).

2. Документальные подтверждения исполнения пункта 1 настоящего предписания в трехдневный срок после устранения нарушений представить в Московское областное УФАС России.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Московское областное УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в течение трех месяцев в судебном порядке.

Председатель Комиссии

Д.Ю. Стрельников

**Члены
Комиссии**

Е.А. Жукова

Р.Р. Костина