

РЕШЕНИЕ

«06» июня 2013 г.

г. Благовещенск

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

председатель Комиссии: <...>, заместитель руководителя – начальник отдела товарных рынков и рекламы Амурского УФАС России,

члены Комиссии: <...> ведущий специалист-эксперт отдела товарных рынков и рекламы, <...> специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля и контроля органов власти,

рассмотрев объединенное дело № Р-5/02 2013 – Р-5/03 2013 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (требований пункта 3 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», далее – Федеральный закон «О рекламе») по факту распространения на территории г. Благовещенска Амурской области в 2013 году в эфире телеканала «ТНТ-Благовещенск», в эфире телеканала «Первый развлекательный СТС», а также в сети Интернет на сайте Ювелирной компании «Алмаз» по адресу <http://www.almazblag.ru/aktsii?layout=blog> рекламы Ювелирной компании «Алмаз», содержащей демонстрацию процесса потребления алкогольной продукции,

в присутствии лица, в действиях которого усматриваются признаки нарушения законодательства о рекламе - Индивидуального предпринимателя Ж<...> (далее также ИП Ж<...>) адрес регистрации: 675000, Амурская область, г. Благовещенск, <...>, место нахождения: 675000, Амурская область, г. Благовещенск, <...>,

в присутствии представителей:

лица, в действиях которого усматриваются признаки нарушения законодательства о рекламе - Индивидуального предпринимателя Ж<...>, адрес регистрации: 675000, Амурская область, г. Благовещенск, <...>, место нахождения: 675000, Амурская область, г. Благовещенск, <...>, представители: <...>, доверенность б/н от 22.05.2013; <...>, ордер <...> от 24.05.2013,

лица, в действиях которого усматриваются признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «Ломбард «Алмаз», место нахождения: 675000, Амурская область, г. Благовещенск, <...>, представитель: <...>.

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в связи с поступлением

заявлений физических лиц, Амурским УФАС России установлено, что на территории г. Благовещенска в 2013 году в эфире телеканала «ТНТ-Благовещенск», в эфире телеканала «Первый развлекательный СТС», а также в сети Интернет на сайте Ювелирной компании «Алмаз» по адресу <http://www.almazblag.ru/aktsii?layout=blog> распространялся видео ролик следующего содержания:

видеоряд: бокал, в который наливается жидкость золотистого цвета; за сервированным столом сидят молодые мужчина и женщина, они «чокаются бокалами»; кольцо, которое одевается на руку женщины; браслет, который одевается на запястье; цепочка одевается на шею; мужчина обнимает женщину; шаги; мужчина берется одной рукой за голову на фоне улицы; фрагмент здания, в котором расположен магазин Ювелирной компании «Алмаз»; логотип ювелирной компании «Алмаз», подарочная коробка, надпись скидки на подарки 35%;

звуковое сопровождение: музыка, он не знал про наши скидки, 35 % на всё Ювелирная компания «Алмаз».

24.04.2013 Амурским УФАС России по данному факту возбуждено дело № Р-5/02 2013 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (требований пункта 3 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе») в отношении ООО «Ломбард «Алмаз».

16.05.2013 Амурским УФАС России по данному факту возбуждено дело № Р-5/03 2013 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (требований пункта 3 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» в отношении ИП Ж<...> (рекламодателя).

17.05.2013 Амурским УФАС России дело № Р-5/02 2013, возбужденное в отношении ООО «Ломбард «Алмаз» по факту распространения в 2013 году на территории г. Благовещенска рекламы Ювелирной компании «Алмаз» в эфире телеканала «ТНТ-Благовещенск» и дело № Р-5/03 2013, возбужденное в отношении ИП Ж<...> по факту распространения в 2013 году на территории г. Благовещенска рекламы Ювелирной компании «Алмаз» в эфире телеканала «Первый развлекательный СТС», а также в сети Интернет на сайте Ювелирной компании «Алмаз» объединено в одно производство Р-5/02 2013-№ Р-5/03 2013.

Комиссия Амурского УФАС России, исследовав материалы дела, заслушав участвующих в деле лиц, установила следующие обстоятельства.

В 2013 году на территории г. Благовещенска в эфире телеканала «ТНТ-Благовещенск», в эфире телеканала «Первый развлекательный СТС», а также в сети Интернет на сайте Ювелирной компании «Алмаз» по адресу <http://www.almazblag.ru/aktsii?layout=blog> распространена информация о Ювелирной компании «Алмаз».

Вышеуказанная информация подпадает под понятие рекламы, указанное в пункте 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», поскольку она адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования, формирование и (или) поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

Видеоряд данного рекламного ролика ювелирной компании «Алмаз»

демонстрирует розлив напитка в бокалы и последующий традиционный для употребления алкогольных напитков ритуал «чоканье бокалами», что указывает непосредственно на процесс потребления героями ролика алкогольного напитка.

Учитывая обстановку, в которой молодая пара проводит свое время, празднично-сервированный стол, свечи, можно сделать вывод, что в бокалах содержится алкогольный напиток. Несмотря на то, что непосредственного потребления (пития) содержимого бокалов не показано, названный фрагмент по содержанию и смыслу рекламного ролика в целом визуально отражает демонстрацию процесса потребления алкогольной продукции. В соответствии с пунктом 3 части 5 статьи 5 ФЗ «О рекламе» в рекламе не допускается демонстрация процессов потребления алкогольной продукции.

Указанная норма содержит требования общего характера, которые распространяются на рекламу любых товаров, следовательно, распространение видеорекламы ювелирной компании «Алмаз», сопровождаемое демонстрацией процесса потребления алкогольной продукции, свидетельствует о нарушении пункта 3 части 5 статьи 5 ФЗ «О рекламе», ответственность за которое на основании пункта 6 статьи 38 названного закона несет рекламодаделец.

Рекламодателями вышеназванной рекламы являются: ООО «Ломбард «Алмаз» (ОГРН <...>, ИНН <...>, адрес регистрации: 675000, Амурская область, Благовещенск, <...>) и ИП Ж<...> (ОГРН <...>, ИНН <...>, адрес регистрации: 675000, Амурская область, г. Благовещенск, <...>) – лица определившие объект рекламирования и содержание рекламы.

Данный факт подтверждается: договором № 84 от 05.02.2013 между ИП З<...> (Исполнителем) и ИП Ж<...> (Заказчиком) на изготовление рекламного видеоролика «Скидка 35%», согласно которому исполнитель принимает на себя обязательство по изготовлению рекламного ролика «Скидка 35%»; актом № 56 от 09.02.2013 на выполнение работ-услуг; расходным кассовым ордером от 11.02.2013 на имя <...>;

договором возмездного оказания услуг № б/н от 08.02.2013, заключенного между ИП К<...> (исполнителем) и ИП Ж<...> (заказчиком), предметом которого является размещение исполнителем информационного сюжета в эфире телеканала «Первый развлекательный СТС», с территорией вещания город Благовещенск; графиком размещения рекламы с 12.02.2013 по 08.03.2013; актом выполненных работ № 206 от 08.03.2013; счетом на оплату № 44 от 12.02.2013; платежным поручением № 184 от 19.03.2013;

договором на размещение рекламно-информационных материалов от 14.01.2013, заключенного между ООО «Редакция телекомпании «Альфа-Канал» (Исполнитель) и ООО «Ломбард «Алмаз» (Заказчик) в лице генерального директора <...>, согласно которому Исполнитель принимает на себя обязательство по размещению рекламно-информационных материалов Заказчика в телеэфире на частоте 27 ТВК и/или 33 ТВК в объеме и на условиях, предусмотренных договором; актом № 191 от 12.03.2013 на выполнение работ-услуг; платежным поручением № 9 от 14.02.2013;

протоколом осмотра интернет-сайта от 25.02.2013, проведенного специалистами Амурского УФАС.

Установлено:

между ООО «Сэгит» (Вещатель) и ООО «Редакция телекомпании «Альфа-Канал» (Агентство) заключен договор № б/н от 01.01.2010 на размещение рекламных материалов в эфире 27 ТВК, согласно которому Агентство поручает, а Вещатель принимает на себя обязательство по размещению рекламного материала, предоставленного Агентством, в телеэфире на частоте 27 ТВК в необходимых Агентству объемах и на условиях, предусмотренных договором.

В ходе рассмотрения дела представители ООО «Ломбард «Алмаз» и ИП Ж<...> нарушение законодательства о рекламе не признали, пояснив следующее. Вид напитка, налитого в бокалы героев рекламного ролика определен только исходя из предположений антимонопольного органа. Чоканье бокалами символизирует доверие и не означает употребление алкоголя. Целью рекламы является формирование интереса потребителей к ювелирным изделиям. В указанной рекламе нет рекламы алкогольной продукции. В видеоролике отсутствует демонстрация бутылок, этикеток, надписей, которые могли бы характеризовать налитую жидкость как алкогольный напиток.

Данные доводы Комиссией отклонены по следующим основаниям. Решение Комиссии о наличии в рекламе демонстрации процесса потребления алкогольной продукции строится исходя из содержания рекламного ролика, с учетом обстановки, в которой разыгрывается рекламный сюжет, и норм современного этикета, применяемых при сервировке стола в предприятиях общественного питания.

Норма пункта 3 части 5 статьи 5 ФЗ «О рекламе» является частью общих требований к любой рекламе, когда объектом рекламирования является не алкоголь сам по себе, а товар предприятия, и демонстрация процесса потребления алкогольной продукции носит второстепенную, дополнительную функцию в сюжете. В указанной норме не говорится о запрете демонстрации непосредственного питья алкоголя. Норма пункта 3 части 5 статьи 5 ФЗ «О рекламе» устанавливает запрет на демонстрацию процесса потребления алкогольной продукции, где согласно толковому словарю С.И. Ожегова (С.И. Ожегов, Н.Ю.Шведова «Толковый словарь русского языка» 4-е издание, дополнительное, Москва. 1999, стр.627) «процесс – это ход, развитие какого-либо явления, последовательная смена состояний в развитии чего-нибудь», «потреблять – пользоваться для удовлетворения потребностей, расходовать». Таким образом, под демонстрацией процесса потребления алкогольной продукции следует понимать совершение таких действий, которые непосредственно направлены на фактическое употребление алкоголя, при этом это может быть выражено как одним действием, так и цепью логически следующих действий, направленных на фактическое употребление алкогольной продукции.

В спорном рекламном ролике демонстрация процесса потребления алкогольной продукции выражается в наличии у героев ролика, сидящих за праздничным столом, в руках наполненных бокалов, предназначенных для употребления алкогольных напитков, а также в совершении такого действия, как чоканье данными бокалами, последствием которого традиционно является непосредственное употребление напитка внутрь.

Следовательно, данная реклама не соответствует требованиям пункта 3 части 5

статьи 5 Федерального закона «О рекламе» и, в силу пункта 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», является ненадлежащей.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 3 части 5 статьи 5 настоящего Федерального закона.

Таким образом, по совокупности документов установлено, что по вине ООО «Ломбард «Алмаз» и ИП Ж<...> произошло распространение на территории г. Благовещенска вышеназванной ненадлежащей рекламы, не соответствующей требованиям пункта 3 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

На основании изложенного, установлены факты нарушения ООО «Ломбард «Алмаз» и ИП Ж<...> (рекламодателями) требований пункта 3 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно частям 4 и 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» к лицу, виновному в нарушении требований законодательства о рекламе, необходимо применить меры ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Резолютивная часть решения, принятого Комиссией Амурского УФАС России по результатам рассмотрения настоящего дела, оглашена Председателем Комиссии <...> немедленно по окончании рассмотрения дела – 24.05.2013.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 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

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу Ювелирной компании «Алмаз», распространенную в 2013 году на территории г. Благовещенска, а именно:

в эфире телеканала «Первый развлекательный СТС», в эфире телеканала «ТНТ-Благовещенск» и в сети Интернет на сайте Ювелирной компании «Алмаз» по адресу <http://www.almazblag.ru/aktsii?layout=blog> следующего содержания:

видеоряд: бокал, в который наливается жидкость желтого цвета; мужчина и женщина «чокаются бокалами»; кольцо, которое одевается на руку женщины; браслет, который одевается на запястье; цепочка одевается на шею; мужчина обнимает женщину; шаги; мужчина берется одной рукой за голову на фоне улицы; фрагмент здания, в котором расположен магазин Ювелирной компании «Алмаз»; логотип ювелирной компании «Алмаз», подарочная коробка, надпись скидки на подарки 35%;

звуковое сопровождение: музыка, он не знал про наши скидки, 35 % на всё Ювелирная компания «Алмаз»,

содержащую демонстрацию потребления алкогольной продукции, поскольку в ней нарушены требования пункта 3 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ООО «Ломбард «Алмаз», ИП Ж<...> - рекламодателям, ООО «Сэгит», ИП К<...> - рекламораспространителям в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1 и 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (требований пункта 3 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»): - о прекращении распространения и не распространения впредь вышеназванной рекламы, не соответствующей требованиям пункта 3 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Решение изготовлено в полном объеме «06» июня 2013 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.