

РЕШЕНИЕ

по делу № 331Р/2014 в отношении ООО «Байконур Медиа»

24 декабря 2014 г.

г. Краснодар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Краснодарскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии - заместитель руководителя, начальник отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Оберемок В.В.

Члены Комиссии:

Голубцова О.В. – заместитель начальника отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции;

Нудной Н.С. - главный специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции;

Мигунова А.Н. - главный специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции;

Тимошенко А.В. - специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело № 331Р/2014 от 31.10.2014г., возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в журнале «Стольник. Краснодар» № 8 (11) август 2014 г. на странице 127 рекламы алкогольной продукции с признаками нарушения п. 1 ч. 2 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в отсутствие заявителя (...), надлежащим образом уведомленного о дате, времени и месте рассмотрения дела № 331Р/2014,

в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе - ООО «Байконур-Медиа» по доверенности (...),

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением

законодательства Российской Федерации о рекламе, в связи с поступившим заявлением гр. (...) от 29.08.2014г. (вх. № 9912 от 01.09.2014г.) о признаках нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении рекламы в журнале «Стольник. Краснодар» № 8 (11) август 2014г., Управление Федеральной антимонопольной службы по Краснодарскому краю установило следующее.

В журнале «Стольник. Краснодар» № 8 (11) август 2014 г. на странице 127 распространена реклама алкогольной продукции (вино Escudo Rojo), содержания: «...Оценить превосходство, выпить бокал потрясающего вина и пообщаться с интересными людьми – идеальный вечер для гостей ресторана La Manche. В La Manche 4 июля прошла презентация вин партнеров ресторана – компании Eurowine. Все желающие могли насладиться восхитительным вкусом чилийского белого и красного вина Escudo Rojo, которое всегда отличалось высокими вкусо-ароматическими характеристиками...» с изображением образов людей и бутылок вина «Escudo Rojo».

В соответствии с п. 1 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться в периодических печатных изданиях, за исключением рекламы пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, которая не должна размещаться на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов.

В соответствии с п. 7 ст. 2 Федерального закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной продукции и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» алкогольной продукцией является пищевая продукция, которая произведена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции, за исключением пищевой продукции в соответствии с [перечнем](#), установленным Правительством Российской Федерации. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как спиртные напитки (в том числе водка), **ВИНО**, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

Таким образом, при распространении рекламы алкогольной продукции (вино «Escudo Rojo») в журнале «Стольник. Краснодар» № 8 (11) август 2014 г. на странице 127 нарушены требования п. 1 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

Согласно п. 4 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Следовательно, реклама алкогольной продукции, распространяемая в журнале «Стольник. Краснодар» № 8 (11) август 2014 г. на странице 127 является ненадлежащей.

В соответствии с ч. 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований установленных ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» несет рекламораспространитель.

Согласно п. 7 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» рекламораспространителем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии со свидетельством о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ 23-01181 от 07.10.2013г, представленным по запросу Краснодарского УФАС России из Управления Роскомнадзора по Южному федеральному округу, журнал «Стольник. Краснодар» является рекламным СМИ. Вид: периодическое печатное издание, журнал, учредителем журнала «Стольник. Краснодар» является ООО «Байконур-Медиа».

Из выходных данных журнала «Стольник. Краснодар» № 8 (11) август 2014г. следует, что издателем журнала является ООО «Байконур-Медиа» (...ИНН 2311159679; ОГРН 1132311008092).

ООО «Байконур-Медиа» по запросу Краснодарского УФАС России представлены копии договора на оказание рекламных услуг (...), заключенного между ООО «Байконур-Медиа» и ООО «Премиум», акта (...) приходного кассового ордера (...). Также ООО «Байконур-Медиа» представило заверенную копию макета рекламы, размещенной в журнале «Стольник. Краснодар» № 8 (11) август 2014г., утвержденного ООО «Премиум».

При рассмотрении дела № 331Р/2014 ООО «Байконур-Медиа» был представлен устав редакции журнала «Стольник. Краснодар», в соответствии с которым редакция журнала «Стольник. Краснодар» не является хозяйствующим субъектом, юридическим лицом, а осуществляет свою деятельность в качестве структурного подразделения Учредителя СМИ.

В соответствии с п.п. 2.3, 2.4 Устава ООО «Байконур-Медиа» предметом деятельности Общества является рекламная деятельность. Видами деятельности Общество являются, в том числе, полиграфическая деятельность и предоставление услуг в этой области, издание журналов и периодических публикаций.

ООО «Байконур-Медиа» оказывает услуги в качестве рекламораспространителем на постоянной основе.

Таким образом, рекламораспространителем рекламы в журнале «Стольник. Краснодар» № 8 (11) август 2014г. на странице 127, является ООО «Байконур-Медиа».

Из объяснений, представленных ООО «Байконур-Медиа» (...) следует, что согласно договору на оказание рекламных услуг (...), заключенного между ООО «Байконур-Медиа» и ООО «Премиум», ООО «Премиум», являясь рекламодателем указанной рекламы, несет ответственность перед третьими лицами за содержание и достоверность информации, предоставленной рекламодателем для размещения рекламы.

Также, при рассмотрении дела № 331Р/2014 24.12.2014г. представитель ООО «Байконур-Медиа» (...) в заседании комиссии пояснил, что на странице 127 в журнале «Стольник. Краснодар» № 8 (11) август 2014г. размещена реклама мероприятия, проводимого рестораном «La Manche», а не реклама алкогольной

продукции.

Изучив представленные в дело 331Р/2014 документы и объяснения, комиссия Краснодарского УФАС России считает доводы ООО «Байконур-Медиа» не обоснованными, поскольку ООО «Байконур-Медиа» оказывает услуги в качестве рекламодателя на постоянной основе и обязано соблюдать требования действующего законодательства о рекламе. У Общества имелась возможность при распространении указанной рекламы для соблюдения требований п. 1 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе», однако, ООО «Байконур-Медиа» всех зависящих от него мер по их соблюдению не приняло.

Наличие в договоре об оказании рекламных услуг условия об ответственности рекламодателя, не освобождает рекламодателя от обязанности соблюдения требований Федерального закона «О рекламе».

Таким образом, при распространении рекламы алкогольной продукции в журнале «Стольник. Краснодар» № 8 (11) август 2014г. на странице 127 ООО «Байконур-Медиа» нарушены требования п. 1 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

Руководствуясь частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 – 42, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу алкогольной продукции (вино Escudo Rojo), распространяемую ООО «Байконур-Медиа» в журнале «Стольник. Краснодар» № 8 (11) август 2014г. на странице 127 содержания: *«...Оценить превосходство, выпить бокал потрясающего вина и пообщаться с интересными людьми – идеальный вечер для гостей ресторана La Manche. В La Manche 4 июля прошла презентация вин партнеров ресторана – компании Eurowine. Все желающие могли насладиться восхитительным вкусом чилийского белого и красного вина Escudo Rojo, которое всегда отличалось высокими вкусо-ароматическими характеристиками...»* с изображением образов людей и бутылок вина «Escudo Rojo», поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

2. В связи с прекращением распространения рекламы предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ООО «Байконур-Медиа» не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному Краснодарского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «15» января 2014 года.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии