

УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ

ПО КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

РЕШЕНИЕ

16 апреля 2010 года

№ Р – 01/2010

Калининград

Решение изготовлено в полном объеме 16 апреля 2010 года.

Резолютивная часть решения была оглашена на заседании комиссии Калининградского УФАС России 02 апреля 2010 года.

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

Председатель комиссии:	Арефьева И.С.	руководитель Калининградского УФАС России
Члены комиссии:	Боброва О.А.	заместитель руководителя Калининградского УФАС России
	Курятникова К.Ю.	старший специалист 1-ого разряда отдела контроля органов власти, размещения заказов и рекламы Калининградского УФАС России

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - ЗАО «Информационно-рекламная служба «39 регион» рассмотрев дело № Р-01/2010 возбужденное по признакам нарушения п. 1 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Федерального закона "О рекламе" в отношении,

ЗАО «Информационно-рекламная служба «39 регион»

и

ООО «Элегия»

УСТАНОВИЛА:

23.11.2009 г. в Калининградское УФАС России поступила жалоба г-на (вх. № 6603).

Заявитель сообщает, что в журнале «Калининградский Бизнес-журнал» и «Выбирай соблазны большого города. Калининград» распространяется реклама алкогольной продукции, а также пива и напитков изготавливаемых на его основе без соблюдения требований предъявляемых Законом «О рекламе» к указанию обязательного предупреждения.

В ходе рассмотрения Калининградским УФАС России данного заявления установлено, что в журнале «Калининградский Бизнес-журнал» № 11 (32) 2009 г. на обложке журнала размещена реклама бренди «Сильный Барон» с предупреждением о вреде чрезмерного потребления. Площадь данного предупреждения равна 4,5% от общей площади рекламного пространства. В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «О рекламе» под рекламой понимается 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 соответствии с п. 1 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе, реклама алкогольной продукции не должна размещаться на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов.

Согласно ч. 7 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных ч. 2 ст. 21 Федерального закона о рекламе несет рекламораспространитель.

В соответствии с ч. 3 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 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).

Согласно ч. 6 и ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных ч. 3 ст. 21 Федерального закона о рекламе несут рекламодатель и рекламодателем.

Определением от 22.01.2010 в отношении ЗАО «Информационно-рекламная служба «39 регион» и ООО «Элегия» было возбуждено дело № Р-01/2010 по признакам нарушения п. 1 ч. 2, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

Определением от 25.02.2010 рассмотрение дела отложено на 16.03.2010 и продлен срока до 21.03.2010.

Определением от 19.03.2010 рассмотрение дела отложено на 02.04.2010 и продлен срока до 21.04.2010, в связи с необходимостью получения дополнительных доказательств.

Существо дела в изложении ЗАО «Информационно-рекламная служба «39 регион», в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

Сотрудник, который занимался подготовкой, согласованием и изготовлением рекламы в журнале «Калининградский Бизнес-журнал» на данный момент уволен.

Данное лицо, просто не усмотрело нарушения и посчитало, что имеющаяся предупреждающая надпись соответствует требованиям закона «О рекламе».

Существо дела в изложении ООО «Элегия», в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

На заседание Комиссии Калининградского УФАС России законный представитель ООО «Элегия» не явился, представителя по доверенности (защитника) – не направил. Согласно, официального сайта «Национальное кредитное бюро» юридический адрес ООО «Элегия»: ХХХ.

Определение о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе № Р — 01/2010, направленное по юридическому адресу ООО «Элегия» заказным письмом с почтовым уведомлением, возвращено за истечением срока хранения.

Таким образом, Калининградское УФАС России приняло все меры для обеспечения надлежащего уведомления рекламодателя рекламы бренди «Сильный Барон» - ООО «Элегия», о времени и месте рассмотрения дела № Р — 01/2010.

Обстоятельства, установленные антимонопольным органом на заседании Комиссии:

23.11.2009 г. в Калининградское УФАС России поступила жалоба гр-на Х.

Заявитель сообщает, что в журнале «Калининградский Бизнес-журнал» и «Выбирай соблазны большого города. Калининград» распространяется реклама алкогольной продукции, а также пива и напитков изготавливаемых на его основе без соблюдения требований предъявляемых Законом «О рекламе» к указанию обязательного предупреждения.

В ходе рассмотрения Калининградским УФАС России данного заявления установлено, что в журнале «Калининградский Бизнес-журнал» № 11 (32) 2009 г. на обложке журнала размещена реклама бренди «Сильный Барон» с предупреждением о вреде чрезмерного потребления.

Площадь данного предупреждения равна 4,5% от общей площади рекламного пространства. В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «О рекламе» под рекламой понимается 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 соответствии с п. 1 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе, реклама алкогольной продукции не должна размещаться на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов.

Согласно ч. 7 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных ч. 2 ст. 21 Федерального закона о рекламе несет рекламодатель.

В соответствии с ч. 3 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 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).

Согласно ч. 6 и ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных ч. 3 ст. 21 Федерального закона о рекламе несут рекламодатель и рекламодателем.

Распространение рекламы бренди «Сильный Барон» на обложке журнала «Калининградский Бизнес-журнал», формирует интерес потребителей к объекту рекламирования, направлено на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование и поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» под рекламодателем понимается изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; а рекламодателем - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств; рекламоизготовителем признается лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

15.09.2009 г. ЗАО «Информационно-рекламная служба «39 регион» (далее - Исполнитель) в лице генерального директора ХХХ заключило с ООО «Элегия» (далее - Заказчик) в лице директора УУУ договор № 118 на оказание услуг по размещению рекламы.

Согласно п. 1.1. Исполнитель обязуется оказать рекламные услуги по размещению рекламной информации Заказчика в периодическом печатном издании «Калининградский Бизнес-журнал».

В соответствии с п.п. 2.2.2. Исполнитель обязуется не принимать к публикации материалы, содержащие и (или) оформление которых, по мнению Исполнителя, не соответствуют моральным и этическим нормам, стилю журнала, а также противоречат действующему законодательству РФ.

Комиссия установила, что рекламодателем является ООО «Элегия».

Рекламодателем и рекламоизготовителем рекламы бренди «Сильный Барон», размещенной на обложке журнала «Калининградский Бизнес-журнал» № 11 (32) 2009 является ЗАО «Информационно-рекламная служба «39 регион».

При рассмотрении дела № Р – 01/2010, ЗАО «Информационно-рекламная служба «39 регион», доказательств согласования ООО «Элегия» рекламы бренди «Сильный Барон» распространяемой на обложке журнала «Калининградский Бизнес-журнал» представлено не было, таким образом, доказательства вины ООО «Элегия» в нарушении требований п. 1 ч. 2, ч. 3 ст. 21 ФЗ № 38 от 13.03.2006 «О рекламе» комиссией не установлено.

На основании изложенного, руководствуясь п. 1 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «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 рекламу бренди «Сильный Барон» размещенную, на обложке журнала «Калининградский Бизнес-журнал» № 11 (32) 2009, ненадлежащей.
2. Признать действия рекламодателя и рекламоизготовителя ЗАО «Информационно-рекламная служба «39 регион» нарушением п. 1 ч. 2, ч. 3 ст. 21 ФЗ № 38 от 13.03.2006 «О рекламе» в части рекламирования алкогольной продукции без соблюдения требований, предъявляемых к предупреждающей надписи о вреде чрезмерного потребления алкоголя и к месту размещения рекламы.
3. Выдать ЗАО «Информационно-рекламная служба «39 регион» предписание о недопущении нарушения законодательства о рекламе.
4. Передать материалы дела должностному лицу Калининградского УФАС России для решения вопроса о привлечении лиц, виновных в нарушении законодательства о рекламе к административной ответственности.

В соответствии с ч. 1 ст. 37 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе», решение, предписание антимонопольного органа могут быть обжалованы в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации. В течение трех месяцев со дня вынесения решения, выдачи предписания.

Руководитель
Калининградского УФАС России И.С. Арефьева

Заместитель руководителя
Калининградского УФАС России О.А. Боброва

Старший специалист 1-ого разряда
отдела контроля органов власти,
размещения заказов и рекламы
Калининградского УФАС России К.Ю. Курятникова