

РЕШЕНИЕ

08 июня 2011г.

г.Томск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Томской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: председатель Комиссии — руководитель управления В.И. Шевченко, члены Комиссии: Е.П. Фоминых - начальник отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатиrowания; Е.В.Чуклина - специалист-эксперт отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатиrowания; рассмотрев дело №06-11/48-11 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, по факту распространения рекламы алкогольной продукции без предусмотренного законодательством о рекламе предупреждения, в присутствии представителей ООО «Томский медиа-центр» С. (на основании Устава), Б. (на основании Устава), в присутствии представителя ОАО «Сибирь» Б.(на основании доверенности №06 от 26.03.2011г.),

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления полномочий по контролю за соблюдением законодательства о рекламе печатными СМИ, сотрудниками отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатиrowания были выявлены признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, которые выразились в следующем.

В газете «ТВ Программа Томск Плюс» №1 (16), 27 февраля 2011г. на странице 3 размещена рекламная статья под заголовками «Продукция золотого достоинства» «ОАО «Сибирь» все увереннее завоевывает российский рынок». В указанной статье повествуется о прошедшей в феврале 2011г в Москве выставке продуктов питания, напитков и сырья для производства ПродЭкспо-2011, об успехах ОАО «Сибирь» на указанном мероприятии, говорится о высоком качестве напитков, производимых ОАО «Сибирь», а также привлекается внимание к открытому акционерному обществу «Сибирь», продукции выпускаемой и реализуемой Обществом, а именно, водке «Вечерний Томск», «Белая гора», «Томский стандарт» и т.д. Указанная статья сопровождается пометкой реклама, а также текстом «Алкоголь противопоказан детям и подросткам до 18 лет, беременным и кормящим женщинам, лицам с заболеваниями центральной нервной системы, почек, печени и других органов пищеварения».

По данному факту определением от 16.05.2011г. возбуждено производство по делу №06-11/48-11 по признакам нарушения законодательства о рекламе в отношении ОАО «Сибирь» и ООО «Томский медиа-центр».

В письменном отзыве на определение о возбуждении производства по делу №06-11/48-11 ОАО «Сибирь» указало, что 25.02.2011г. между ОАО «Сибирь» и К. был заключен договор №1 на оказание услуг по разработке рекламно-информационного материала (статьи). После подписания акта сдачи-приемки, согласно указанному договору услуги физического лица К. по разработке статьи были оплачены, от указанного лица поступило предложение о размещении статьи в газете «ТВ Программа Томск Плюс», на что Заказчиком – ОАО «Сибирь» было дано предварительное согласие. Вместе с тем, договор на размещение рекламы в газете «ТВ Программа Томск Плюс» с ООО «Томский медиа-центр» не заключался, об опубликованный в указанной газете статьи «Продукция золотого достоинства» ОАО «Сибирь» не знало.

В письменном отзыве на определение о возбуждении производства по делу №06-11/48-11 ООО «Томский медиа-центр» указало, что рассматриваемая публикация была размещена в газете «ТВ Программа Томск Плюс» на основании устной договоренности с рекламодателем ОАО «Сибирь». Макет рекламной статьи был согласован с рекламодателем по электронной почте сотрудником ООО «Томский медиа-центр». Статья «Продукция золотого достоинства» является рекламной, содержание рассматриваемой публикации не нарушает законодательство РФ о рекламе, так как не содержит утверждений о том, что алкогольная продукция полезна или безвредна, не содержит иных запрещенных законом утверждений, также статья сопровождается предупреждением о вреде алкоголя, причем, в указанном предупреждении сообщается именно о категорическом запрете употребления алкоголя определенным категориям граждан, следовательно, у читателя не может сложиться впечатление о «безвредности», тем более «полезности» употребления алкоголя.

На заседании Комиссии по рассмотрению данного дела 08.06.2011г. представитель ОАО «Сибирь» Б. пояснил, что договора на размещение рекламы в газете «ТВ Программа Томск Плюс» ОАО «Сибирь» не заключало. Рассматриваемую статью готовило физическое лицо - К., за что ей и была произведена оплата согласно платежному документу. Маркетинговая служба Общества данного

макета рекламной статьи не видела и не согласовывала.

На заседании Комиссии по рассмотрению данного дела 08.06.2011г. представитель ООО «Томский медиа-центр» С. пояснила, что К., являясь сотрудником ООО «Томский медиа-центр», осуществляла разработку и согласование рекламной статьи «Продукция золотого достоинства», согласно возложенным на нее должностным обязанностям. После чего, готовый материал был передан главному редактору газеты (С.) на проверку и согласование. Отследив наличие предупреждения о вреде алкоголя, был упущен момент несоответствия надписи формулировке, предусмотренной Федеральным законом «О рекламе».

Рассмотрев материалы дела и заслушав доводы представителей, Комиссия пришла к следующим выводам.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе», Закон) 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.

Рассматриваемая информация обладает перечисленными признаками, следовательно, является рекламой.

Согласно п.7 ст.2 Федерального закона от 22.11.1995 №171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» алкогольная продукция - пищевая продукция, которая произведена с использованием этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 1,5 процента объема готовой продукции. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как питьевой этиловый спирт, спиртные напитки (в том числе водка), вино (в том числе натуральное вино).

Объектами рекламирования в указанной рекламе выступают открытое акционерное общество «Сибирь», алкогольная продукция (водка различных марок).

Согласно части 3 статьи 21 Федерального 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).

Отсутствие в рекламе алкогольной продукции предусмотренного Законом предупреждения, свидетельствует о нарушении требований законодательства о рекламе.

Согласно ч. 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно ч.ч.6, 7 ст.38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований ч.3 ст.21 вышеуказанного Закона несет рекламодатель и рекламораспространитель.

Рекламодателем указанной рекламы является открытое акционерное общество «Сибирь», рекламораспространителем вышеназванной рекламы является общество ограниченной ответственностью «Томский медиа-центр», что подтверждается договором №1 на оказание услуг от 25.02.2011г., распечатками электронной переписки от 25.02.2011г, письменными пояснениями от 08.06.2011г. ОАО «Сибирь», письменными пояснениями от 08.06.2011г. ООО «Томский медиа-центр», устными пояснениями представителей ОАО «Сибирь», ООО «Томский медиа-центр» (протокол заседания Комиссии от 08.06.2011г.).

Комиссия Томского УФАС России, руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», п.37- п.42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу алкогольной продукции, размещенную в форме рекламной статьи «Продукция золотого достоинства» в газете «ТВ Программа Томск Плюс» №1 (16), 27 февраля 2011г. на странице 3, поскольку в ней нарушены требования ч.3 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать открытому акционерному обществу «Сибирь» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Выдать обществу ограниченной ответственностью «Томский медиа-центр» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Томского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном

частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 23 июня 2011 года.

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

Председатель Комиссии В.И.Шевченко

Члены Комиссии Е.П. Фоминых

Е.В.Чуклина

ПРЕДПИСАНИЕ
о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации
о рекламе по делу №06-11/48-11

08 июня 2011г.

г.Томск

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

председатель Комиссии: В.И. Шевченко - руководитель Томского УФАС России;

члены Комиссии: Е.П. Фоминых - начальник отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатирования; Е.В.Чуклина — специалист-эксперт отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатирования;

на основании своего решения от 08 июня 2011г. по делу №06-11/48-11 о признании ненадлежащей рекламы алкоголя, размещенной в газете «ТВ Программа Томск Плюс» №1 (16), 27 февраля 2011г. на странице 3, с нарушением требований ч.3 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»,

в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частей 1,3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «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 «Томский медиа-центр» в течение 10 дней со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» а именно: прекратить распространение рекламы алкогольной продукции в форме рекламной статьи «Продукция золотого достоинства», с нарушением ч.3 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. ООО «Томский медиа-центр» представить в Томское УФАС России письменные доказательства исполнения п.1 настоящего предписания в срок до 29 июля 2011г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Томское УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить штраф 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 в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии В.И. Шевченко

Члены Комиссии Е.П. Фоминых

Е.В. Чуклина

(3822)516-614

ПРЕДПИСАНИЕ
о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации
о рекламе по делу №06-11/48-11

08 июня 2011г.

г.Томск

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

председатель Комиссии: В.И. Шевченко - руководитель Томского УФАС России;

члены Комиссии: Е.П. Фоминых - начальник отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокати́рования; Е.В.Чуклина — специалист-эксперт отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокати́рования;

на основании своего решения от 08 июня 2011г. по делу №06-11/48-11 о признании ненадлежащей рекламы алкоголя, размещенной в газете «ТВ Программа Томск Плюс» №1 (16), 27 февраля 2011г. на странице 3, с нарушением требований ч.3 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»,

в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частей 1,3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Открытому акционерному обществу «Сибирь» в течение 10 дней со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» а именно: прекратить распространение рекламы алкогольной продукции в форме рекламной статьи «Продукция золотого достоинства», с нарушением ч.3 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. ОАО «Сибирь» представить в Томское УФАС России письменные доказательства исполнения п.1 настоящего предписания в срок до 29 июля 2011г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Томское УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить штраф 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 в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии В.И. Шевченко

Члены Комиссии Е.П. Фоминых

Е.В. Чуклина

(3822)516-614