

РЕШЕНИЕ № 66/2009

03 февраля 2010г.

г. Вологда

Комиссия Управления ФАС по Вологодской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Хлевчук В.Т. - председатель комиссии, заместитель руководителя Управления;
Власов А.А. - член комиссии, начальник отдела антимонопольного и рекламного контроля;
Лукова И.С. – член комиссии, ведущий специалист-эксперт отдела антимонопольного и рекламного контроля;
Шишелова С.А. – член комиссии, ведущий специалист-эксперт отдела антимонопольного и рекламного контроля;

рассмотрев дело № 66/2009 по признакам нарушения ООО «Альфа-принт» ч. 3 ст. 5; ч. 7 ст. 5; ч. 3 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее ФЗ «О рекламе») по факту распространения рекламы водки «Вологодская марка» в виде плакатов с изображением водок: «Родниковая», «Классическая», «Мягкая люкс» и надписью «Лучшая водка 2009 года» в торговых точках г. Вологды и Вологодской области,

в присутствии представителей:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе (ООО «Альфа-принт») –
Валужевича М.А. (по доверенности от 11.01.2010),

УСТАНОВИЛА:

В Вологодское УФАС России поступило заявление ОАО «Череповецкий ЛВЗ» о факте распространения рекламы водки «Вологодская марка» в виде плакатов с изображением водок: «Родниковая», «Классическая», «Мягкая люкс» и надписью «Лучшая водка 2009 года» в торговых точках г. Вологды и Вологодской области, имеющей признаки нарушения рекламного законодательства.

По мнению заявителя, данная реклама алкогольной продукции содержит недостоверную информацию и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то есть нарушает требования ч. 3 ст. 5 и ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

Управление считает, что предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции в данной рекламе составляет менее десяти процентов рекламной площади (пространства), чем нарушается требование ч. 3 ст. 21 ФЗ «О рекламе».

Рекламопроизводителем указанной рекламы, т. е. лицом, осуществившим приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму, является ООО «Альфа-принт».

В соответствии со ст. 3 ФЗ «О рекламе», рекламой является информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с помощью 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.

Объектом рекламирования является товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятия, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В соответствии со ст. 2 ФЗ от 22.11.1995 г. № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции», алкогольной продукцией признается 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).

Рассматриваемая реклама направлена на привлечение внимания потребителей к алкогольной продукции.

В соответствии с ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе», недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе», не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Материалами дела подтверждается участие ООО «Ариант плюс один» водки «Вологодская марка. Мягкая Люкс» в международном дегустационном конкурсе «Лучшая водка 2009» с 06.04.2009 по 09.04.2009. По окончании конкурса водка «Вологодская марка. Мягкая Люкс» производства ЗАО «Арсенал вин» награждена серебряной медалью.

ООО «Ариант плюс один» представляло водку «Вологодская марка. Родниковая» производства ЗАО «Арсенал вин» в XI Дегустационном конкурсе на Международной ярмарке «Продэкспо», состоявшемся с 29.01.2009 по 10.02.2009, в котором производитель данной продукции ЗАО «Арсенал вин» награждено бронзовой медалью за превосходное качество водки «Вологодская марка. Родниковая».

В указанной рекламе изображено три вида продукции ЗАО «Арсенал вин»: водка «Вологодская марка. Родниковая», водка «Вологодская марка. Классическая», водка «Вологодская марка. Мягкая Люкс», рядом с которыми прописано: «Лучшая водка 2009 года». Однако в рекламе даны пояснения об участии в конкурсах и о получении серебряной медали за высокое качество водки «Вологодская марка. Мягкая Люкс» и бронзовой медали за высокое качество водки «Вологодская марка. Родниковая».

На основании вышеизложенного, Комиссия не усматривает в действиях ООО «Ариант плюс один» нарушения ч. 3 и ч. 7

ст. 5 ФЗ «О рекламе».

В силу ч. 3 ст. 21 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).

Комиссией установлено, что площадь информационного поля рекламы, распространяемой при помощи плакатов, равна 2472,81 см², площадь предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции равна 116,76 см². Таким образом, в рассматриваемой рекламе такое предупреждение составило 4,72% (то есть менее 10%) рекламной площади, чем нарушены требования ч. 3 ст. 21 ФЗ «О рекламе».

На заседании Комиссии представитель ООО «Альфа-принт» пояснил, что первоначальный вариант макета соответствовал требованиям законодательства, определяющим минимальную площадь предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции. Размер соответствующей надписи был существенно уменьшен по настоянию заказчика макета (ООО «Ариант плюс один»). Причиной выявленного правонарушения, по мнению ООО «Альфа-принт», явилось соблюдение индивидуального подхода к каждому заказчику с учетом всех его пожеланий и требований.

В соответствии со ст. 3 ФЗ «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно ч. 8 ст. 38 ФЗ «О рекламе», ответственность за нарушение требований, установленных частью 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе», несет рекламопроизводитель в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине. В данном случае комиссия считает вину ООО «Альфа-принт» доказанной, поскольку данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по соблюдению требований рекламного законодательства.

Таким образом, ООО «Альфа-принт» в нарушение требований ч. 3 ст. 21 ФЗ «О рекламе», изготовило в сентябре 2009г. рекламу алкогольной продукции - водки «Вологодская марка» в виде плакатов с изображением водок: «Родниковая», «Классическая», «Мягкая люкс» и надписью «Лучшая водка 2009 года», поскольку предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции в указанной рекламе составляет менее 10% рекламной площади.

На основании вышеизложенного, руководствуясь п. 2 ч. 1 ст. 33, ч. 1 ст. 36 ФЗ «О рекламе», в соответствии с п.п. 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу водки «Вологодская марка» в виде плакатов с изображением водок: «Родниковая», «Классическая», «Мягкая люкс» и надписью «Лучшая водка 2009 года», поскольку в ней нарушены требования ч. 3 ст. 21 ФЗ «О рекламе», а рекламопроизводитель – ООО «Альфа-принт» нарушившим ч. 3 ст. 21 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «Альфа-принт» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

Резолютивная часть решения оглашена 21 января 2010г.

Решение изготовлено в полном объеме 03 февраля 2010г.

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

Председатель комиссии

В.Т. Хлевчук

Члены комиссии:

А.А. Власов
И.С. Лукова
С.А. Шишелова