

РЕШЕНИЕ по делу № 836-12-Р

19 ноября 2012 года

г. Пермь

Резолютивная часть решения объявлена 02 ноября 2012 года.

В полном объеме решение изготовлено 19 ноября 2012 года.

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

Председатель
Комиссии <...>

<...>

Члены Комиссии:
<...>

рассмотрев материалы дела № 836-12-Р в отношении ООО Издательский дом «МилаМедиаГрупп» (<...>) (далее - Ответчик), возбужденное по заявлению гр. <...> (вх. № 13177-12 от 19.09.2012 г.) по факту распространения рекламы алкогольной продукции - коньяка Hennessy, размещенной в журнале «Пермь. Собака. Ru» за март 2012 г., с признаками нарушения ч.3 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»),

- в отсутствие представителя ООО Издательский дом «МилаМедиаГрупп» (в материалах дела имеется доказательство надлежащего извещения ООО Издательский дом «МилаМедиаГрупп» о месте и времени рассмотрения дела № 836-12-Р),

Ходатайств об отложении рассмотрения дела не поступало.

УСТАНОВИЛА:

В адрес Пермского УФАС России поступило обращение гр.<...> (вх. № 13177-12 от 19.09.2012 г.) о наличии признаков нарушения ч.3 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Определением о возбуждении производства по делу № 836-12-Р по признакам

нарушения законодательства РФ о рекламе (исх. № 11454-12 от 05.10.2012 г.) у ООО ИД «МилаМедиаГрупп» запрошены ряд документов, в том числе копии договоров с рекламодателем рассматриваемой рекламы (со всеми приложениями и дополнениями), а также информация о порядке согласования макета рекламы. 31 октября 2012 года ООО Издательский дом «МилаМедиаГрупп» были представлены письменные пояснения относительно основания возбуждения дела № 836-12-Р.

Исследовав материалы дела, Комиссия приходит к следующим выводам.

На страницах 28 журнала «Пермь. Собака. Ru» за март 2012г. (далее – Журнал) размещена реклама Hennessy V.S. BY KAWS следующего содержания:

«Крестики на «печати» под горлышком, броские цвета стрит-арта – экстравагантный жест уважаемого коньячного дома, пригласившего оформить лимитированную серию американского художника-граффиста Kaws. В магазинах города»

Также размещена визуальная информация с изображением бутылки коньяка марки Hennessy.

В соответствии с ч. 1 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» реклама – это 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 и поддержанию интереса к нему и его продвижение на рынке.

Следовательно, рассматриваемая информация является рекламой, т.к. удовлетворяет всем перечисленным выше признакам.

В частности, данная информация содержит рекламу алкогольной продукции - лимитированную серию коньяка Hennessy V.S. BY KAWS, оформленную американским художником – граффитистом Kaws.

ООО Издательский дом «МилаМедиаГрупп» представлены пояснения, в соответствии с которыми Общество факт нарушения требований ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» не признает, поскольку опубликованная информация не является рекламой коньяка Hennessy. По мнению Общества из текста следует, что в рекламе речь идет о коньяке Hennessy, оформленном Брайаном Доннелли, больше известным под именем Kaws, как о культурном проекте, демонстрации возможности соединения вековых традиций, уважаемости и современного искусства граффити и стрит-арта, но не как об алкогольной продукции.

Однако Комиссия Пермского УФАС России обращает внимание на следующее. Согласно п. 2 ст. 3 ФЗ «О рекламе» объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Пункт 3 данной статьи содержит определение товара, согласно которому товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

При этом в соответствии с ч. 1 ст. 455 Гражданского Кодекса Российской Федерации (далее по тексту – ГК РФ) товаром по договору купли-продажи могут быть любые вещи, не изъятые из оборота.

Вместе с тем, согласно ч. 3 ст. 455 ГК РФ условие договора купли-продажи о товаре считается согласованным, если договор позволяет определить наименование и количество товара.

Кроме того, в соответствии с ч. 1 ст. 467 ГК РФ установлено, что если по договору купли-продажи передаче подлежат товары в определенном соотношении по видам, моделям, размерам, цветам и иным признакам (ассортимент), продавец обязан передать покупателю товары в ассортименте, согласованном сторонами.

Таким образом, объектом рекламирования может быть тот товар, предназначенный для продажи и иного введения в гражданский оборот, который можно индивидуализировать, выделить среди однородной группы товаров. Соответственно, реклама товара всегда представляет собой информацию о конкретном товаре, который можно индивидуализировать внутри группы однородных товаров.

Следовательно, в данном случае информация о коньяке Hennessy адресована неопределенному кругу лиц (для всех и каждого) и направлена на привлечение внимания к данному конкретному коньяку (Hennessy) и его продвижение на рынке, т.е. является его рекламой.

Согласно ч. 3 ст. 21 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).

Рассматриваемая реклама предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции не содержит.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе содержится нарушение ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с п. 4 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации,

является ненадлежащей.

Согласно ч. 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных ч. 2.1, 3 ст. 21 несёт рекламодатель.

В силу п. 7 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодателем указанной рекламы является учредитель и издатель журнала «Пермь. Собака. Ru» - ООО Издательский дом «МилаМедиаГрупп» (<...>).

Документальных доказательств прекращения распространения ненадлежащей рекламы Комиссии не представлено.

На основании вышеизложенного, руководствуясь ст. 33 и ч. 1 ст. 36 Федерального закона «О рекламе», и в соответствии с п.п. 37-45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу алкогольной продукции коньяка Hennessy, размещенную на странице 28 журнала «Пермь. Собака. Ru» за март 2012 г., ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ООО Издательский дом «МилаМедиаГрупп» предписание о прекращении нарушения ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

3. Передать материалы дела уполномоченному лицу для решения вопроса о возбуждении в отношении ООО Издательский дом «МилаМедиаГрупп» административного дела по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 19 ноября 2012 года.

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

Председатель Комиссии

<...>

<...>

Члены Комиссии

<...>

ПРЕДПИСАНИЕ № 836-12-Р

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

19 ноября 2012 года

г. Пермь

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

Председатель
Комиссии:

<...>

<...>

Члены Комиссии:

<...>

на основании своего решения от 19.11.2012г. по делу № 836-12-Р о признании ненадлежащей рекламы алкогольной продукции – коньяка Hennessy, размещенную на странице 28 журнала «Пермь. Собака. Ru» за март 2012 г., поскольку в ней нарушены требования ч. 3 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», пунктами 44-45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО Издательский дом «МилаМедиаГрупп» (<...>) в **десятидневный срок** со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение ч.3 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», а именно:
 - во всех случаях сопровождать рекламу алкогольной продукции предупреждением о вреде чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).
2. ООО Издательский дом «МилаМедиаГрупп» в **срок до 17 декабря 2012 года** представить в Пермское УФАС России документальное подтверждение исполнения п.1 настоящего предписания.

В соответствии с ч.2.4 ст.19.5 КоАП РФ невыполнение в установленный срок законного решения, предписания федерального антимонопольного органа, его территориального органа о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе влечет наложение административного штрафа 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

<...>

<...>

Члены Комиссии

<...>