

РЕШЕНИЕ

«30» марта 2012 г.

г.Брянск

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

председатель Комиссии:

<...> – руководитель Брянского УФАС России,

члены Комиссии:

<...> – зам. начальника отдела естественных монополий и рекламы,

<...> – ведущий специалист-эксперт отдела естественных монополий и рекламы.

рассмотрев дело № 30 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, выразившееся в размещении, в журнале «METRO Cash & Carry» (МЭТРО Кэш энд Керри) сети магазинов «METRO», рекламы алкогольной продукции;

в отсутствие представителя ООО «МЭТРО Кэш энд Керри» (уведомленного надлежащим образом)

УСТАНОВИЛА:

В феврале 2012г. специалистами Брянского УФАС России в магазине «METRO», расположенном по адресу: г.Брянск, пр-т Московский, 1Д, выявлено распространение журнала сети магазинов «METRO» №05 (11) предложение с 23 февраля по 6 марта 2012г., в котором размещена рекламная информация с признаками признаки нарушения законодательства о рекламе.

На странице 4, 5, 6 указанного журнала размещается реклама подарочных наборов в ассортименте с алкогольной продукцией, в которой отсутствует предупреждение о вреде чрезмерного потребления. В соответствии с ч.3 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 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).

В нарушение данного требования, на указанных страницах журнала, реклама

представленных подарков, в ассортимент которых входит алкогольная продукция, ни в одном случае не сопровождается требуемым предупреждением.

В соответствии с свидетельством о регистрации СМИ ПИ «ФС77-21061», зарегистрированное в министерстве связи и массовых коммуникаций РФ, данное издание по форме распространения является **журнал**, тематика и специализация

- рекламное издание продовольственных и непродовольственных товаров.

На основании вышеизложенного к данному изданию применимы нормы по размещению и распространению рекламы предъявляемые федеральными законами, в том числе ФЗ «О рекламе».

Учредителем и издателем указанного журнала является общество с ограниченной ответственностью «МЭТРО Кеш энд Керри» (адрес регистрации: г.Москва, Ленинградское шоссе, 71Г), которое является рекламодателем информации размещенной в журнале «METRO» в сети магазинов «METRO». Ответственность за размещение рекламы несоответствующей требованиям части 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе», в соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель.

До рассмотрения дела Обществом были представлены объяснения в которых оно полагает об ограниченном круге лиц имеющих доступ в торговое помещение магазина «METRO», и соответственно о информации которая размещается в журнале «METRO» как не относящийся к рекламной.

Антимонопольный орган не согласен с данным утверждением на основании следующего: согласно статье 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 (товару, работе, услуге, средству индивидуализации юридического лица либо его производителю), формирование или поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке.

В данной [норме](#) под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена, т.е. их поименованность.

Само по себе ограничение круга потребителей и факт распространения рекламы среди ограниченного круга лиц не свидетельствует о неприменении положений Федерального закона «О рекламе», поскольку такая информация тем не менее **адресована** неопределенному кругу лиц. Так, вход в помещение магазина «METRO» может осуществляться лицом на которого выписан пропуск и который может провести с собой 2-х человек, в том числе несовершеннолетних, круг которых не может быть определен.

Также журналы сети магазинов «METRO» находятся в свободной реализации при входе-выходе из здания и приобрести их может любой пожелавший не проходя контроль и не предъявляя пропуск для прохождения во внутрь помещения.

На основании изложенного, информацией журналов магазинов «METRO» может воспользоваться любое неопределенное лицо и даже несовершеннолетние.

Таким образом, информация размещаемая в журнале сети магазинов «METRO»

является рекламной и в ней должны быть соблюдены требования законодательства о рекламе.

В соответствии со ст.3 ФЗ от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации – признается **ненадлежащей**.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «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 ненадлежащей рекламу, размещенную журнале «METRO Cash & Carry» (МЭТРО Кэш энд Керри) сети магазинов «METRO» №05 (11) предложение с 23 февраля по 6 марта 2012г., в котором размещена реклама алкогольной продукции, поскольку в ней нарушены требований части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».
2. Выдать ООО «МЭТРО Кэш энд Керри» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
3. Передать материалы дела должностному уполномоченному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении предусмотренное частью 1 статьей 14.3 КоАП РФ.

Решение изготовлено в полном объеме "30" марта 2012 г.

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

Председатель Комиссии:

<...>

Члены Комиссии:

<...>

ПРЕДПИСАНИЕ
О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

«30» марта 2012 г.

г.Брянск

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

председатель Комиссии:

<...> – руководитель Брянского УФАС России,

члены Комиссии:

<...> – зам. начальника отдела естественных монополий и рекламы,

<...> – ведущий специалист-эксперт отдела естественных монополий и рекламы

на основании своего решения от "30" марта 2012 г. по делу № 30 о признании ненадлежащей рекламы размещенной в журнале «METRO Cash & Carry» (МЭТРО Кэш энд Керри) сети магазинов «METRO», №05 (11), предложение с 23 февраля по 06 марта 2012г., в котором размещена реклама алкогольной продукции,

и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО «МЭТРО Кэш энд Керри» (г.Москва, Ленинградское шоссе, д.71Г) в десятидневный срок со дня получения настоящего предписания

прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: привести рекламную информацию, размещенную на страницах журнала «METRO Cash & Carry» (МЭТРО Кэш энд Керри) в соответствие требованиям ч.3 ст.21 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2007г.

2. ООО «МЭТРО Кэш энд Керри» (г.Москва, Ленинградское шоссе, д.71Г)

представить в Брянское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до "20" апреля 2012 г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Брянское УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от пятидесяти до ста минимальных размеров оплаты труда; на юридических лиц - от двух тысяч до пяти тысяч минимальных размеров оплаты труда.

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии:

<...>