

РЕШЕНИЕ

27 января 2011г.

г.Барнаул

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, рассмотрев дело № 01-ФАС22-Р/01-11 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения 10.12.2010г. в г.Белокурихе в эфире кабельного телеканала «Алмаз» акции «Новые правила», содержащей рекламу пива, без соответствующего предупреждения, предусмотренного ч. 3 ст. 22 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее ФЗ «О рекламе»),

в присутствии:

рекламораспространителя - ООО «Алмаз» (Алтайский край, 659900, г.Белокуриха, ул.Бр.Ждановых, 15-37) в лице директора Г,

в отсутствие заявителей, 30-2).

УСТАНОВИЛА:

В управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю поступило письменное заявление О., Б. (вхд. № 9348 от 16.12.2010г.) по признакам нарушения Федерального закона «О рекламе» в рекламе пива и пивных магазинов «Ворсин» и «Маяк», транслировавшейся 10.12.2010г. на кабельном телевидении «Алмаз».

Реклама содержит следующую информацию - «Внимание АКЦИЯ! В магазинах «Ворсин» по ул.Партизанская, 7 и «Маяк» по ул.Бр.Ждановых, 15/1 проводится рекламная акция «Новые правила». В рамках акции все разливное пиво не дороже 39 рублей за литр. Приглашаем за покупками».

Согласно ч. 3 ст. 22 Федерального закона «О рекламе», реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде чрезмерного потребления пива и напитков, изготавливаемых на его основе. В рекламе, распространяемой в телепрограммах продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем пять секунд и такому предупреждению должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра.

В рассматриваемой рекламе предупреждение, предусмотренное ч. 3 ст. 22 Федерального закона «О рекламе», отсутствует.

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 3 статьи 22 настоящего Федерального закона, несет как рекламодатель, так и рекламораспространитель.

Кроме того, данная реклама вещается, по мнению заявителей, с нарушением требований п.1 ч.2 ст. 22 Федерального закона «О рекламе», ограничивающих трансляцию пива по времени.

Согласно п.1 ч.2 ст. 22 Федерального закона «О рекламе», реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, не должна размещаться в телепрограммах с 7 до 22 часов местного времени.

Директор ООО «Алмаз» Гончаров В.А. на заседании Комиссии признал факт нарушения требований ч. 3 ст. 22 Федерального закона «О рекламе», пояснив, что нарушение произошло из-за технической ошибки.

Заявители на рассмотрение дела не явились. От О. и Б. поступило ходатайство (вхд. № 448 от 26.01.2011г.) о рассмотрении дела в их отсутствие.

Комиссия, заслушав доводы стороны, изучив материалы дела и исследовав доказательства по делу, пришла к следующим выводам.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона «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. Под объектом рекламирования понимается 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.

Экономическая цель размещения рекламы для лица, осуществляющего реализацию (продажу) товара - продвижение данного товара потребителю.

Рассматриваемая информация содержит конкретное предложение по реализации разливного пива по цене не дороже 39 рублей за литр, формирует интерес неопределенного круга лиц к рекламируемому товару за счет привлекательной для потребителей цены, и направлена на формирование у потребителей желания приобрести данный товар, в связи с чем, полностью подпадает под законодательно закрепленное понятие «реклама».

Объектами рекламирования в указанной рекламе являются: магазины «Ворсин» и «Маяк», акция «Новые правила», разливное пиво.

Федеральный закон «О рекламе» предъявляет специальные требования к рекламе пива и напитков, изготавливаемых на его основе, одним из которых является сопровождение данной рекламы предупреждением о вреде чрезмерного потребления пива и напитков, изготавливаемых на его основе. В рекламе, распространяемой в телепрограммах продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем пять секунд и такому предупреждению должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра. Данное требование установлено ч.3 ст. 22 настоящего Закона «О рекламе».

В транслировавшейся 10.12.2010г. в эфире кабельного телеканала «Алмаз» рекламе акции «Новые правила», содержащий рекламу пива отсутствует соответствующее предупреждение, предусмотренное ч. 3 ст. 22 Федерального закона «О рекламе».

За нарушение требований ч.3 ст. 22 настоящего Закона о рекламе предусмотрена солидарная ответственность рекламодателя и рекламодателя.

Рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (ст. 3 Федерального закона «О рекламе»).

Рекламодателем указанной рекламы является ООО «Алмаз», что подтверждено материалами дела и не отрицается директором юридического лица.

В указанной рекламе отсутствует существенная информация о сроках проведения рекламируемой акции, что противоречит требованиям ч.7 ст. 5 Федерального закона «О рекламе». В соответствии с данной нормой Закона 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.

Ответственность за нарушение требований ч. 7 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодаделец (ст. 38 Федерального закона «О рекламе»).

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (ст. 3 Федерального закона «О рекламе»).

Согласно имеющейся информации (копия бланка подачи объявлений от 06.12.2010г., копия квитанции № 70970 от 06.12.2010г.) рекламодателем указанной рекламы является Гриднев Н.В., однако реквизиты указанного лица (адрес места жительства, контактный телефон) в рассматриваемых документах отсутствуют.

В соответствии со ст. 33 Федерального закона «О рекламе», антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе, для чего антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламодателям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе; предъявлять в суд или арбитражный суд иски о запрете распространения рекламы, осуществляемого с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе; предъявлять в суд или арбитражный суд иски о публичном опровержении недостоверной рекламы (контррекламе); применять меры ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

В компетенцию Федеральной антимонопольной службы, ее территориальных органов, не входит осуществление оперативно-розыскной деятельности, в связи с чем, отсутствие реквизитов субъекта рекламных правоотношений не позволяет антимонопольному органу установить местонахождения рекламодателя

рассматриваемой рекламы и применить к нему меры ответственности в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

Таким образом, Комиссией установлено, что содержание рекламы акции «Новые правила», рекламирующей в том числе, пиво, транслировавшейся 10.12.2010г. в эфире кабельного телевидения «Алмаз» нарушает требования ч. 7 ст.5, ч.3 ст. 22 Федерального закона «О рекламе», при этом рекламодателем - ООО «Алмаз» нарушены требования ч.3 ст. 22 Федерального закона «О рекламе».

Установлено, что ООО «Алмаз» осуществляет деятельность на основании лицензии на осуществление телевизионного вещания № 16215 от 04.05.2010г., способ распространения - кабельное вещание.

Согласно п.2 ч.15 ст. 14 Федерального закона «О рекламе», ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров в телепрограммах, не распространяются на рекламу, распространяемую в телепрограммах, телепередачах по телеканалам, доступ к которым осуществляется исключительно на платной основе с применением декодирующих технических устройств.

Таким образом, ограничение по времени распространения рекламы пива, предусмотренное п.1 ч.2 ст. 22 Федерального закона «О рекламе», в силу п.2 ч.15 ст. 14 Закона о рекламе, не распространяется на рекламу, транслировавшуюся по кабельному телевидению, в связи с чем, в действиях ООО «Алмаз» отсутствуют признаки нарушения п.1 ч.2 ст. 22 настоящего Закона.

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 рекламу акции «Новые правила», содержащей рекламу пива, транслировавшуюся 10.12.2010г. в эфире кабельного телевидения «Алмаз» ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования ч. 7 ст. 5, ч. 3 ст. 22 Федерального закона «О рекламе».
2. Признать рекламодателя - ООО «Алмаз» нарушившим требования ч. 3 ст. 22 Федерального закона «О рекламе».
3. Вынести ООО «Алмаз» предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе, выразившегося в распространении ненадлежащей рекламы акции «Новые правила», содержащей рекламу пива.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу УФАС по Алтайскому краю для возбуждения в отношении должностного лица - директора ООО «Алмаз» Г. дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

