

ФЕДЕРАЛЬНАЯ
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

Управление
по Ульяновской области

ул. Спасская, 8, г. Ульяновск, 432970, ГСП
тел./факс: (8422) 41-32-03
e-mail: to73@fas.gov.ru
www.ulyanovsk.fas.gov.ru

Исх. № 1608-05 от 26.03.2013

РЕШЕНИЕ

12.03.2013

г.

Ульяновск

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

председатель комиссии - зам. руководителя управления - начальник отдела.,

члены комиссии: - ведущий специалист-эксперт.,

- специалист-эксперт.,

рассмотрев дело № 9415/05-2013 по факту распространения в газете «Мозаика-РИЦ» № 47 (197) за 28.11.2012 рекламы алкомаркета низких цен «Градус» «Халява», содержащей признаки нарушения части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в присутствии представителей:

лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рек-ламе:

- общества с ограниченной ответственностью «Алкомаркет Градус» (далее - ООО «Алко-маркет Градус»), расположенного по адресу: г. Ульяновск, пр-т Нариманова, д. 100/1, - Б<...>вой Н.Е. (доверенность № 21 от 08.10.2012, паспорт);

- общества с ограниченной ответственностью «Редакционно-Издательский Центр «Мозаика» (далее - ООО «РИЦ «Мозаика»), - Щ<...>ой Е.О. (доверенность б/н от 28.12.2012, паспорт);

- общества с ограниченной ответственностью «Торговый дом «Развитие плюс М» (далее - ООО «ТД «Развитие плюс М»), расположенного по адресу: г. Ульяновск, Западный бульвар, д. 28а, - Б<...>ой Н.Е. (доверенность № 01 от 08.01.2013, паспорт);

- открытого акционерного общества «Ордена Октябрьской революции, Ордена Трудового Красного Знамени «Первая Образцовая типография» (далее - ОАО «Первая Образцовая типогра-фия»), расположенного по адресу: г. Москва, ул. Валовая, д. 28, в лице филиала «Ульяновский Дом печати», расположенного по адресу: г. Ульяновск, ул. Гончарова, д. 14, - Н<.../>на П.З. (до-веренность № 10-Ф от 17.07.2012, паспорт);

- заинтересованного лица - общества с ограниченной ответственностью «Информацион-но-рекламное агентство «Мозаика» (далее - ООО «ИРА «Мозаика»), расположенного по адресу: г. Ульяновск, ул. К. Маркса, д. 41, - А<...>ой Н.В. (доверенность б/н от 03.10.2012, паспорт),

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления текущего контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе сотрудниками Ульяновского УФАС России установлено, что в газете «Мо-заика-РИЦ» № 47 (197) за 28.11.2012 на странице 9 размещена реклама «Халява» алкогольной продукции алкомаркета низких цен «Градус» ООО «Алкомаркет Градус», содержащая признаки нарушения ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» (служебная записка № 19 от 16.01.2013).

По факту распространения указанной рекламы Ульяновским УФАС России определением от 17.01.2013 возбуждено дело № 9415/05-2013. К участию в деле в качестве лиц, в действиях ко-торых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, привлечены ООО «Алкомаркет Градус» и ООО «РИЦ «Мозаика». Рассмотрение дела назначено на 14.02.2013.

Определением от 14.02.2013 срок рассмотрения дела № 9415/05-2013 продлен до 18.03.2013, к участию в деле в качестве лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, привлечены ОАО «Первая Образцовая типография», в лице филиала «Ульяновский Дом печати», и ООО «ТД «Развитие плюс М», в качестве заинтересованного лица - ООО «ИРА «Мозаика». Рассмотрение дела отложено и назначено на 12.03.2013.

В ходе рассмотрения дела № 9415/05-2013 лицами, участвующими в деле, даны следующие пояснения.

В письменных пояснениях ООО «РИЦ «Мозаика» (исх. № 26 от 11.02.2013, вх. № 1102 от 12.02.2013) и представителем общества на заседаниях Комиссии 14.02.2013 и 12.03.2013 сообщено, что реклама алкогольной продукции алкомаркета низких цен «Градус» «Халява» размещена в газете «Мозаика-РИЦ» № 47 (197) от 28.11.2013 по заказу ООО «ТД «Развитие плюс М» в рамках договора на информационно-консультационное, рекламное обслуживание № 167/12р от 01.01.2012, заключенного между ООО «ИРА «Мозаика» (исполнитель) и ООО «ТД «Развитие плюс М» (заказчик). ООО «ИРА «Мозаика» собирает рекламу в газету «Мозаика-РИЦ» на основании агентского договора № ИРА/7 от 11.01.2011, заключенного между ООО «РИЦ «Мозаика» (принципал) и ООО «ИРА «Мозаика» (агент). Макет рекламы предоставлен ООО «ТД «Развитие плюс М» в готовом виде, который 26.11.2012 согласован и подписан представителями обеих сторон. Оплата производилась в безналичном порядке, после выхода рекламы подписан акт приема-передачи выполненных работ, свидетельствующий о том, что претензий по оказанным услугам заказчик не имеет. Также указанная реклама, кроме газеты «Мозаика-РИЦ» за 28.11.2012, публиковалась в газетах «Мозаика-Димитровград» за 29.11.2012, «Мозаика-Пресс» за 30.11.2012 и «Мозаика-Центр» за 01.12.2012. Во всех этих изданиях реклама вышла с читаемой надписью, кроме газеты «Мозаика-РИЦ», при печати которой по вине типографии - ОАО «Первая Образцовая типография» - произошла заливка предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции красным цветом. Газета передается на печать в типографию в электронном виде по специальному протоколу РТР. При печати газеты произошел перелив красной краски, в результате чего надпись была залита. Согласно п. 6 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму. В данном случае типография является рекламопроизводителем. Согласно ч. 8 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в ч.ч. 6 и 7 настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине. Таким

образом, ООО «РИЦ «Мозаика» считает, что в данном случае типография выступает как рекламопроизводитель, и именно по вине типографии реклама вышла с нечитаемой предупредительной надписью.

В письменных пояснениях ООО «Алкомаркет Градус» (исх. № 01-14/020 от 08.02.2013, вх. № 1104 от 12.02.2013) и представителем общества на заседании Комиссии 12.03.2013 сообщено, что общество на основании договора агентирования от 01.11.2012 поручило ООО «ТД «Развитие плюс М» размещение рекламы «Халява» в газетах «Мозаика». Между ООО «ТД «Развитие плюс М» и ООО «ИРА «Мозаика» заключен договор на информационно-консультационное, рекламное обслуживание № 167/12р от 01.01.2012. На основании указанного договора 28.11.2012 в газете «Мозаика-РИЦ» № 47 (197) была размещена реклама «Халява» в соответствии с согласованным макетом от 26.11.2012. Макет рекламы соответствует требованиям ст. 21 Федерального закона «О рекламе», содержит читаемую надпись «Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью». В рекламных материалах, вышедших в газетах «Мозаика» от 29.11.2012, 12.12.2012, 14.12.2012 и 15.12.2012, данная надпись присутствует. ООО «ИРА «Мозаика» исх. № 63 от 06.02.2012 уведомило ООО «ТД «Развитие плюс М» о том, что в газете «Мозаика-РИЦ» № 47 (197) за 28.11.12 по вине типографии филиала «Ульяновский Дом печати» ОАО «Первая Образцовая типография» произошел сбой - перезаливание краски при печати, в результате чего предупредительная надпись не читается.

В письменных пояснениях ООО «ТД «Развитие плюс М» (исх. № 01-14/031 от 11.03.2013, вх. № 1859 от 11.03.2013) и представителем общества на заседании Комиссии по рассмотрению дела 12.03.2013 сообщено, что между ООО «Алкомаркет Градус» и ООО «ТД «Развитие плюс М» заключен договор агентирования от 01.11.2012, на основании которого был согласован и размещен рекламный блок «Халява» в газете «Мозаика-РИЦ» в соответствии с договором на информационно-консультационное, рекламное обслуживание № 167/12р от 01.01.2012, заключенным между ООО «ТД «Развитие плюс М» и ООО «ИРА «Мозаика». На основании указанного договора по ранее согласованным макетам от 23.11.2012 и 26.11.2012 в газете «Мозаика-РИЦ» № 47 (197) за 28.11.2012 размещена реклама «Халява». Макет содержит читаемую надпись «Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью», что предусмотрено ст. 21 Федерального закона «О рекламе». В газете «Мозаика-РИЦ» № 47 (197) за 28.11.2012 произошел сбой в результате перезаливания краски при печати по вине типографии филиала «Ульяновский Дом печати» ОАО «Первая Образцовая типография», в результате чего надпись была залита. В данном случае ООО «ТД «Развитие плюс М» выступает агентом ООО «Алкомаркет Градус», поэтому не может являться субъектом рассматриваемого правонарушения. Более того, ООО «ТД «Развитие плюс М», как и ООО «Алкомаркет Градус», предприняло все меры для несовершения противоправных действий - макеты с рекламой «Халява» были своевременно согласованы, что подтверждается документами, предоставленными в материалы дела. Письмом в адрес ООО «ТД «Развитие плюс М» ООО «РИЦ «Мозаика» пояснило сложившуюся ситуацию и указало на виновное лицо. Поэтому, согласно п. 8 ст. 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность лежит на рекламопроизводителе - типографии, по вине которой вышла газета с нечитаемой предупредительной надписью.

В письменных пояснениях ОАО «Первая Образцовая типография» (исх. № 0160 от 11.03.2012, вх. № 1875 от 11.03.2013) и представителем общества на заседании Комиссии 12.03.2013 пояснено, что согласно договору на печатание газеты «Мозаика-РИЦ» № 06 от 11.01.2009 заказчик (ООО «РИЦ «Мозаика») поручает, а

исполнитель (ОАО «Первая Образцовая типография», в лице филиала «Ульяновский Дом печати») принимает на себя работы по печатанию офсетным способом газеты «Мозаика-РИЦ». Процесс печатания газеты следующий. Заказчик (ООО «РИЦ «Мозаика») выкладывает на FTP-сервере типографии посредством электронного соединения готовые электронные версии полос газеты в виде готовых файлов в PDF-формате. Полученные от заказчика файлы без какой-либо корректировки и правки типография посредством лазерной прорисовки переносит на офсетные формы, при том, что на одну страницу, печатаемую в цвете, выводятся 4 офсетные печатные формы - каждая под свою краску: голубую, пурпурную, желтую и черную, с которых уже и печатается газета. Запуская печатную машину в печать, выравнивают краски по плотности печати и балансу цвета - по «балансу серого цвета». Серый цвет состоит из наложения 3 красок: голубой, пурпурной и желтой. При надлежащем количестве каждой из указанных трёх красок получается серый тон, а если идет превышение какой-либо из перечисленных красок, серый цвет изменит тональность в излишнюю краску, что оценивается визуально.

В газете «Мозаика-РИЦ» № 47 (197) за 28.11.2012 в шкале оперативного контроля, расположенной между полосами 9 и 16, значение оптических плотностей по голубой, пурпурной и желтой краскам соответствует оптимальным значениям, что подтверждает баланс «по серому», несочетания красок не наблюдается. Таким образом, нарушения технологического режима при печати газеты «Мозаика-РИЦ» № 47 (197) за 28.11.2012 со стороны типографии не допущены, а печать рассматриваемой рекламы в таком виде - это «прямая заслуга» ООО «РИЦ «Мозаика», которое и предоставило к печати подобный файл. Доказательством того, что заказчик допустил ошибку при обработке исходного файла, является и тот факт, что никаких претензий по качеству печати газеты «Мозаика-РИЦ» № 47 (197) за 28.11.2012 от ООО «РИЦ «Мозаика» в адрес типографии не поступало. После выявления ошибки в данном номере газеты «Мозаика-РИЦ» в следующих номерах газет «Мозаика», в том числе в газете «Мозаика-Пресс» за 30.11.2012, печатавшейся в филиале «Ульяновский Дом печати», по утверждениям ООО «РИЦ «Мозаика», данного дефекта уже не было. Однако, если бы в типографии при печати рассматриваемого номера газеты произошел перелив пурпурной краски, как это утверждает ООО «РИЦ «Мозаика», то излишек краски наблюдался бы по всему развороту газеты, чего нет. Учитывая изложенное, ОАО «Первая Образцовая типография», в лице филиала «Ульяновский Дом печати», считает себя невиновным в нарушении требований ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе». В письменном пояснении ООО «ИРА «Мозаика» (исх. № 69 от 27.02.2013, вх. № 1605 от 28.02.2013) сообщено, что ООО «ИРА «Мозаика» осуществляет сбор рекламных материалов в газету «Мозаика-РИЦ» на основании агентского договора № ИРА/7 от 11.01.2011. Реклама алко-гольной продукции алкомаркета «Градус» «Халява» размещена на 9-й полосе газеты «Мозаика-РИЦ» № 47 (197) за 28.11.2012 по заказу ООО «ТД «Развитие плюс М» в рамках договора на информационно-консультационное, рекламное обслуживание № 167/12р от 01.01.2012, заключенного с ООО «ИРА «Мозаика». Макет рекламы был прислан в готовом виде заказчиком (ООО «ТД «Развитие плюс М») менеджеру ООО «ИРА «Мозаика» на электронную почту, а в дальнейшем 26.11.2012 был согласован и подписан представителями сторон. Оплата производилась в безналичном порядке, реклама была оплачена заказчиком 18.12.2012. После выхода рекламы подписан акт приема-передачи выполненных работ, свидетельствующий о том, что претензий по оказанным услугам заказчик не имеет. В правой части рекламного макета размещена предупредительная надпись. Надпись выполнена в бледном розовом цвете на

красном фоне и в утвержденном макете вполне читаема. Указанная реклама, кроме газеты «Мозаика-РИЦ» от 28.11.2012, также размещалась в газетах «Мозаика-Димитровград» от 29.11.2012, «Мозаика-Пресс» от 30.11.2012 и «Мозаика-Центр» от 01.12.2012. Во всех этих изданиях макет вышел с читаемой надписью, кроме газеты «Мозаика-РИЦ», в которой произошла заливка надписи красным цветом по вине типографии ОАО «Первая Образцовая типография», в которой печаталась данная газета. При печати газеты произошел перелив красной краски, в результате чего надпись была залита. Согласно п. 6 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму. Согласно п. 8 ст. 38 указанного Федерального закона рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6 и 7 настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине. Таким образом, ООО «ИРА «Мозаика» считает, что в данном случае именно по вине типографии рекламный макет вышел с нечитаемой предупредительной надписью. ООО «ИРА «Мозаика», ООО «РИЦ «Мозаика» и ООО «ТД «Развитие плюс М» предприняли все меры для того, чтобы рекламный макет соответствовал требованиям Федерального закона «О рекламе».

Исследовав материалы дела № 9415/05-2013, заслушав пояснения представителей лиц, участвующих в деле, Комиссия приходит к выводу о необходимости признать рекламу «Халява» алкогольной продукции алкомаркета низких цен «Градус» ООО «Алкомаркет Градус», размещенную в газете «Мозаика-РИЦ» № 47 (197) за 28.11.2012, ненадлежащей. При этом Комиссия исходит из следующего.

В ходе осуществления текущего контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе сотрудниками Ульяновского УФАС России установлено, что в газете «Мозаика-РИЦ» № 47 (197) за 28.11.2012 на странице 9 размещена реклама «Халява» алкогольной продукции алкомаркета низких цен «Градус» ООО «Алкомаркет Градус», содержащая признаки нарушения ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» (служебная записка № 19 от 16.01.2013).

Указанная реклама имеет следующее содержание. В левой верхней части рекламы углом размещен текст: «ГРАДУС алкомаркет низких цен по 9 декабря суперцены! супер цены!». Второе слово «суперцены» разделено кругом в виде оттиска печати: «13 дней». Ниже приведено название акции, выполненное крупными буквами: «Халява». В центре и правой части рекламы размещены фотографические изображения бутылок алкогольной продукции, сопровождающие краткой информацией, в том числе о ценах:

1. Изображение бутылки с этикеткой «Мартини «Винсо» и надпись: «Вермут «Мартини Бьянко», бел, сладкое, 0,5л, Суперцена 319.90р», ниже перечеркнута цена - «480р».

2. Изображение бутылки с этикеткой «Российское Шампанское» и надпись: «Шампанское «Российское», п/сл, 0,75л, Настоящее шампанское, Традиционное, Суперцена 79.90р», ниже перечеркнута цена - «95р».

3. Изображение бутылки с этикеткой «Высота люкс Vodka Premium» и надпись: «Водка «Высота!», 0,5л, На ледниковой воде, Суперцена 129.90р», ниже перечеркнута цена - «164р», внизу левее бутылки размещен круг в виде оттиска печати: «Скидка 34 рубля».

По нижнему краю рекламы помещен текст: «Акция проходит до 9.12.2012г. Изображенные товары могут отличаться от представленных в магазине. Количество товара ограничено. Организатор акции: ООО «Алкомаркет Градус», ИНН 7310103383, подробности по тел. (8422) 43-44-68, www.alcogradus.com. Найди

свой магазин Градус в г. Ульяновске: Засвияжский район: ул. Западный бульвар, 28а, ул. Самарская, 12а, ул. Полбина, 30, ул. Станкостроителей, 25а. Ленинский район: ул. Гончарова, 56, ул. Карла Маркса, 21/23, пр-т Нариманова, 52, пр-т Нариманова, 100/1, ул. Радищева, 174а, ул. Маяковского, 16. Железнодорожный район: ул. Кирова, 28, ул. Водопроводная, 4. Заволжский район: пр-т Генерала Тюленева, 3».

В правой боковой части рекламы предположительно размещена предупредительная надпись, однако надпись выполнена шрифтом красного цвета на красном фоне. Использование шрифта и фона одного цвета (красный на красном) приводит к слиянию и текст не читается.

В соответствии с ч. 3 ст. 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).

Поскольку реклама направлена на привлечение внимания потребителей рекламы, то ими должна восприниматься (читаться) вся информация, в том числе информация, которая в силу Федерального закона «О рекламе» обязательно должна быть доведена до потребителей рекламы.

В рассматриваемой рекламе алкогольной продукции предупредительная надпись о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции не читается.

Согласно утвержденному ООО «Алкомаркет Градус» и ООО «ТД «Развитие плюс М» оригинал-макету рекламы «Халява» предупредительная надпись выполнена шрифтом светлого винно-красного цвета на винно-красном фоне, она читается. Вместе с тем, цвета фона и текста надписи схожи, в результате чего восприятие текста затруднительно. Затрудненное восприятие текста предупреждения возникает вследствие низкого контраста (цвета и светлоты) между текстом и фоном.

Согласно «Толковому словарю русского языка» Ожегова С.И. и Шведовой Н.Ю. (М.: «Аз-буковник», 2001, стр. 292) слово «контраст» имеет значение «резкая противоположность».

Контраст (от фр. «contraste», лат. «contrarius» - лежащий напротив, противоположный) - степень тонового различия между областями изображения, характеристика черно-белого или цветного изображения на фотоматериале, оттиске и пр. по различию в светлоте (насыщенности цвета) его наиболее ярких и наиболее темных участков. Контраст зрительно воспринимается как отношение максимального и минимального коэффициентов пропускания (отражения) света. Как правило, количественно контраст определяют как отношение разностей максимальной и минимальной оптических плотностей (интервал оптических плотностей) оригинала и копий. Контраст изображения играет важную роль при оценке оригиналов, масок, фотоформ и качества печати (Стефанов С.И. «Реклама и полиграфия: опыт словаря-справочника». - М.: «Гелла-принт», 2004. - 320 с., ил. - («Рекламные технологии»)).

Таким образом, высокая контрастность текста и фона увеличивает удобочитаемость. Для отражающих свет поверхностей, таких как бумага, самым лучшим является сочетание черного текста и белого фона. Разница только в цветовом тоне или в насыщенности цвета не создает достаточного контраста.

Комиссией не могут быть приняты доводы представителей ООО «РИЦ «Мозаика», ООО «ИРА «Мозаика», ООО «Алкомаркет Градус» и ООО «ТД «Развитие Плюс М» о том, что нечитаемость предупредительной надписи в рекламе возникла по причине заливки надписи красным цветом при печатании тиража газеты.

Вследствие отклонения подачи краски (красок) от нормы и/или нарушения режимов печатания, из-за увеличения давления в одной из секций многокрасочной печатной машины происходит сдвиг нейтральной серой составляющей цветного изображения на оттиске, нарушение баланса «по серому». Баланс «по серому» (баланс «серого») - нормированное соотношение размеров растровых элементов на трех цветоделенных растровых фотоформах или на трех цветоделенных растровых печатных формах для голубой, пурпурной и желтой красок, позволяющее получить на оттиске нейтрально-серый тон при печати триадными красками при нормализованном процессе печатания (соблюдении норм подачи красок, баланса «краска - вода», давления и др. условий). Баланс «по серому» обеспечивает достоверность передачи ахроматической составляющей изображения оригинала цветными красками на оттиске.

Шкала оперативного контроля печатного процесса - комплект соединенных в единую контрольную шкалу тест-элементов для оценки растискивания, скольжения, двоения, величины подачи печатной краски, точности совмещения красок, перехода краски на краску в процессе печатания, воспроизведения светов и теней и пр. Шкала оперативного контроля печатного процесса располагается, как правило, на обрезном поле печатного листа. Она применяется при однокрасочной и триадной (многокрасочной) печати (Стефанов С.И. «Реклама и полиграфия: опыт словаря-справочника». - М.: «Гелла-принт», 2004. - 320 с., ил. - («Рекламные технологии»)).

Согласно шкале оперативного контроля газеты «Мозаика-РИЦ» № 47 (197) за 28.11.2012, размещенной на странице 20 издания, смежной со страницей 9 с рассматриваемой рекламой, при печати тиража указанной газеты перелива красной краски не произошло.

Таким образом, реклама алкомаркета низких цен «Градус» «Халява», размещенная в газете «Мозаика-РИЦ» № 47(197) за 28.11.2012, не соответствует требованиям части 3 статьи 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 п.п. 5, 7 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно ч. 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение ч. 3 ст. 21 указанного Федерального закона несут рекламодатель и рекламодатель.

ООО «РИЦ «Мозаика» опубликовало рекламу алкомаркета низких цен «Градус» «Халява» в газете «Мозаика-РИЦ» № 47 (197) за 28.11.2012 на основании: договора агентирования от 01.11.2012, заключенного между ООО «Алкомаркет Градус» и ООО ТД «Развитие плюс М»; договора на информационно-консультационное, рекламное обслуживание № 167/12р от 01.01.2012, заключенного между ООО «ТД «Развитие плюс М» и ООО «ИРА «Мозаика»; агентского договора № ИРА/7 от 11.01.2011, заключенного между ООО «ИРА «Мозаика» и ООО «РИЦ «Мозаика». ООО «Алкомаркет Градус» утвердило оригинал-макет указанной рекламы.

Таким образом, в данном случае ООО «Алкомаркет Градус» является рекламодателем, а ООО «РИЦ «Мозаика» - рекламодателем.

Согласно выходным данным газета «Мозаика-РИЦ» № 47 (197) за 28.11.2012 подписана в печать 27.11.2012 в 13 час. 00 мин. и 17 час. 00 мин., отпечатана с

файлов заказчика (ООО «РИЦ «Мозаика») тиражом 101 000 экземпляров. Отпечатанный тираж газеты принят ООО «РИЦ «Мозаика» для распространения 28.11.2012 в количестве 100 980 шт. (товарная накладная № Ф4/12805 - 9 106 шт., товарная накладная № Ф4/12817 - 35 421 шт., товарная накладная № Ф4/12823 - 21 050 шт., товарная накладная № Ф4/12831 - 35 403 шт.), а также 30.11.2012 - в количестве 20 шт. (товарная накладная № Ф4/13028). Газета «Мозаика-РИЦ» № 47 (197) за 28.11.2012 распространена ООО «РИЦ «Мозаика», несмотря на наличие в газете рекламы с нарушением ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

Нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях (ч. 4 ст. 38 Федерального закона «О рекламе»).

Административная ответственность за нарушение ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Учитывая изложенное, а также тот факт, что распространение рекламы прекращено, руководствуясь пунктом 2 части 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, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу алкомаркета низких цен «Градус» «Халява», размещенную в газете «Мозаика-РИЦ» № 47 (197) за 28.11.2012, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать, поскольку распространение ненадлежащей рекламы прекращено.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Ульяновской области для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 26.03.2013.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии