

Управление Федеральной антимонопольной службы
по республике Коми

РЕШЕНИЕ

09 декабря 2014 года

(изготовление решения в
полном объеме)

25 ноября 2014 года

(оглашение резолютивной
части)

№ 03-01/11552

г. Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия, Коми УФАС России), в составе: <...>,

рассмотрев дело № Р 51-08/14, возбужденное в отношении ООО «Газета», адрес места нахождения: 169309, Республика Коми, г. Ухта, ул. Советская, д. 3, офис 23, по факту распространения на странице 6 газеты «ПРО ГОРОД Ухта» № 33 (246) от 16.08.2014 рекламы пивоварни «Берковец» с признаками нарушения требований ч. 3 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

в отсутствие:

- заявителя <...>, надлежащим образом извещенного о времени и месте рассмотрения дела, что подтверждается телеграфным уведомлением № 651/51 4024/11 1120;

- ИП <...>, надлежащим образом извещенного о времени и месте рассмотрения дела, что подтверждается телеграфным уведомлением № 7/012 37 24/11 1252;

в присутствии:

- представителя ИП <...> - <...>, действующей на основании доверенности от 13.09.2014,

УСТАНОВИЛА:

В Коми УФАС России поступило обращение гражданина от 18.08.2014 (вх. № Ч-162 от 21.08.2014) о ненадлежащей рекламе пива в газете «PRO ГОРОД Ухта».

По вышеуказанному факту Определением о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе № 03-01/7610 от 28.08.2014 возбуждено рекламное дело № Р 51-08/14 (далее – рекламное дело) в отношении ООО «Газета».

Определением о продлении срока и отложении рассмотрения дела № 51-08/14 от 03-01/8709, замене ненадлежащего лица надлежащим от 25.09.2014, ненадлежащее лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – ООО «Газета», заменено надлежащим – ИП <...>, в качестве рекламодателя рассматриваемой рекламы привлечен ИП <...>.

Из материалов рекламного дела № Р 51-08/14 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

В материалы рекламного дела представлен оригинал газеты «PRO ГОРОД Ухта» № 33 (246) от 16.08.2014, на странице 6 которой, размещена информация следующего содержания: «ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ 12% Сус. Alc. 4,4% Чешское светлое БЕРКОВЕЦ ПИВОВАРНЯ 150 руб./литр 12% Сус. Alc. 4,4% Баварское светлое БЕРКОВЕЦ ПИВОВАРНЯ 150 руб./литр 15% Сус. Alc. 4,7% Бархатное темное БЕРКОВЕЦ ПИВОВАРНЯ 150 руб./литр Озерная, 5 (Пивоваренный завод) Ленина 47, кафе «Город» (далее – рассматриваемая реклама, реклама-1).

Указанная информация содержит следующие признаки рекламы:

- распространена посредством размещения в газете «PRO ГОРОД Ухта» № 33 (246) от 16.08.2014;

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования: пиву: Чешское светлое, Баварское светлое, Бархатное темное, пивоварне «Берковец», формирование и поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация, распространенная посредством размещения в газете «PRO ГОРОД Ухта» № 33 (246) от 16.08.2014, является рекламой.

В силу 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)**.

Для определения соответствия (несоответствия) рассматриваемой рекламы вышеуказанным требованиям произведены следующие расчёты:

- площадь рекламного пространства составляет 176,8 см (длина – 26,0 см, высота – 6,8 см);
- площадь предупреждающей надписи составляет 10,2 см (длина – 6,8 см, высота – 1,5 см);
- размер предупреждающей надписи относительно общей рекламной площади составляет **5,8 %**.

Таким образом, предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции в рассматриваемой рекламе занимает менее 10 % рекламной площади (пространства).

В ходе рассмотрения рекламного дела № Р 51-08/14 ИП <...> и её представителем - <...> заявлен довод о том, что рассматриваемая реклама содержит два предупреждения, необходимых в силу положений ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе: первое – сверху горизонтальное, второе – слева вертикальное и, в сумме, они занимают более 10% рекламной площади. Статья под названием «Журналист сварил тонну пива» (далее - статья), размещенная на той же странице, что и рассматриваемая реклама, не является рекламой, поскольку это авторский материал и на неё не распространяются требования Закона о рекламе, следовательно, сопровождать её соответствующей предупреждающей надписью не требуется. Данная статья никем не заказывалась и не оплачивалась. Рекламой пива на странице 6 газеты «PRO ГОРОД Ухта» № 33 (246) от 16.08.2014 является только рассматриваемая реклама. Таким образом, по мнению ИП <...>, нарушения требований Закона о рекламе в рассматриваемом случае не имеется.

В связи с заявленными доводами в ФАС России запрашивались разъяснения по рассматриваемым Комиссией обстоятельствам.

ФАС России по результатам рассмотрения обращения Коми УФАС России № 03-09/9968эл от 31.10.2014 сообщила следующее.

Статья под названием «Журналист сварил тонну пива» направлена на привлечения внимания к деятельности пивоварни «Берковец». Так, выражения «Оказалось, что «Берковец» - единственная пивоварня в Ухте», «Берковец» варит 12 сортов пива, а ко Дню города готовят специальный – «Северная Жемчужина», «Есть у пивовара Олега Пономарева и секретные рецепты – например, сорт «Пономаревское», состав которого он разработал сам» содержат сведения о конкретном изготовителе алкогольной продукции и об отдельных сортах производимого им пива и направлены на формирование к ним интереса потребителей. С учетом изложенного, статья (далее – реклама-2), является рекламой изготовителя алкогольной продукции пивоварни «Берковец», отдельных сортов пива, и должна соответствовать требованиям, установленным Федеральным законом «О рекламе».

Таким образом, из всей совокупности материалов, имеющихся в рекламном

деле, следует, что предупреждение, размещенное горизонтально, относится к рекламе-2, а не к рекламе-1. При этом в рекламе-1 предупреждение (расположенное вертикально) занимает менее 10 % рекламной площади (пространства).

Кроме того, в законодательном определении понятия «реклама» не указано, что это должна быть обязательно оплачиваемая форма информации. При таких обстоятельствах, факт оплаты не является критерием отграничения рекламной информации от нерекламной.

С учетом изложенного, довод ИП <...> Комиссией отклоняется, поскольку в рассматриваемом случае имеет место размещение двух самостоятельных реклам алкогольной продукции, каждая из которых сопровождается предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, что подтверждается, в том числе заключением ФАС России.

Как следует из материалов рекламного дела предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции в рекламе-1 занимает менее 10 % рекламной площади (пространства).

В силу положений, установленных п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

При таких обстоятельствах рассматриваемая реклама размещена в нарушение требований ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

В соответствии с частями 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе, несут и рекламодаделец, и рекламодатель.

Согласно ч. 8 ст. 38 Закона о рекламе, рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6, 7 настоящей статьи, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодаделец – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Согласно п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рассматриваемая реклама размещена в газете «PRO ГОРОД Ухта», учредителем которой, согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ 11-0045 от 01.10.2009, является ООО «Газета».

Письмом вх. № 5659 от 23.09.2014, представленным в материалы рекламного дела, ООО «Газета» сообщило, что рекламодателем и

рекламопроизводителем рассматриваемой рекламы, на основании договора купли-продажи печатных площадей (полос) № 1 от 01.01.2014, является ИП <...>.

Согласно письменной информации, представленной ИП <...> в материалы рекламного дела, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП <...>, рекламопроизводителем и рекламораспространителем - ИП <...>; содержание рекламы определил ИП <...>, в готовую для распространения форму рассматриваемую рекламу привели сотрудники ИП <...>.

В материалы рекламного дела лицами, участвующими в деле, представлены копии следующих документов: договора купли-продажи печатных площадей (полос) № 1 от 01.01.2014, заключенного между ООО «Газета» и ИП <...>; заявки на печатные площади (полосы) от 11.08.2014, согласно которой ИП <...> просит ООО «Газета» зарезервировать печатные полосы тиража № 33 (246) от 16.08.2014 газеты «ПРО ГОРОД Ухта»; акта приема-передачи печатных площадей (полос) от 16.08.2014, в соответствии с которым продавец (ООО «Газета») передал, а покупатель (ИП <...>) принял печатные площади тиража № 33 (246) от 16.08.2014 газеты «ПРО ГОРОД Ухта»; договора № 280 от 06.08.2014, заключенного между ИП <...> и ИП <...> на оказание услуг по размещению рекламных и/или информационных материалов в газете «ПРО ГОРОД Ухта»; соглашения о внесении дополнения в договор № 280 от 06.08.2014; заявки № 905 на производство и размещение рекламных и/или информационных материалов, согласно которой исполнителем (ИП <...>) изготавливаются и размещаются в газете «ПРО ГОРОД Ухта» рекламные и/или информационные материалы заказчика; электронной переписки, счета № 7035 от 06.08.2014.

Из материалов рекламного дела усматривается, что рекламопроизводителем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ИП <...>, рекламодателем – ИП <...>.

Согласно выписке из ЕГРИП, имеющейся в материалах рекламного дела, основным видом экономической деятельности ИП <...> является рекламная деятельность. Из вышеизложенного следует, что рассматриваемая реклама размещена ИП <...> с целью получения прибыли от его экономической деятельности, что отвечает целям предпринимательской деятельности.

В соответствии с ч. ч. 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за распространение рекламы, не соответствующей требованиям ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе, несут рекламодатель, и рекламораспространитель.

Из материалов рекламного дела следует, что рекламодатель и рекламопроизводитель (рекламораспространитель) оформили заявку № 905, в которой отсутствует содержание заказываемой рекламы.

Определением о продлении срока и отложении рассмотрения дела № Р 51-08/14, замене ненадлежащего лица надлежащим № 03-07-1/8709 от 25.09.2014 у лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, запрашивались копии документов и письменная информация, поясняющие, в том числе кем, когда и каким образом одобрена (согласована, утверждена) реклама-1.

Во исполнение указанного определения ИП <...> в материалы рекламного

дела представлены письменные пояснения, в которых она указала, что рассматриваемая реклама была согласована с рекламодателем (<...>) по электронной почте. В подтверждение указанного довода ИП <...> представлена в материалы рекламного дела копия электронной переписки.

Однако, из представленной ИП <...> копии электронной переписки не следует, что реклама-1, изготовленная для размещения в издании «PRO ГОРОД Ухта» по заказу ИП <...>, была им согласована (утверждена).

Таким образом, довод ИП <...> о согласовании с рекламодателем рассматриваемой рекламы не нашел своего подтверждения.

Из материалов рекламного дела усматривается, что нарушение рекламного законодательства произошло как по вине рекламопроизводителя и рекламораспространителя - ИП <...>, так и по вине рекламодателя - ИП <...>.

Таким образом, ИП <...> и ИП <...> нарушены требования ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

Из материалов рекламного дела следует, что рассматриваемая реклама распространялась 16.08.2014 на территории г. Ухты Республики Коми.

На дату принятия Комиссией решения в материалах рекламного дела отсутствуют доказательства прекращения распространения ненадлежащей рекламы.

В связи с изложенным, Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи ИП <...> и ИП <...> предписаний о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

На основании изложенного, руководствуясь п. 4 ст. 3, п. 2 ч. 1 ст. 33, п. 7 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 – 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, п. 3.58 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12,

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу следующего содержания: «ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ 12% Сус. Alc. 4,4% Чешское светлое БЕРКОВЕЦ ПИВОВАРНЯ 150 руб./литр 12% Сус. Alc. 4,4% Баварское светлое БЕРКОВЕЦ ПИВОВАРНЯ 150 руб./литр 15% Сус. Alc. 4,7% Бархатное темное БЕРКОВЕЦ ПИВОВАРНЯ 150 руб./литр Озерная, 5 (Пивоваренный завод) Ленина 47, кафе «Город», размещённую на странице 6

газеты «PRO ГОРОД Ухта» № 33 (246) от 16.08.2014, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

2. Выдать ИП <...> и ИП <...> предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения указанной в п. 1 Решения ненадлежащей рекламы.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ИП <...> дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

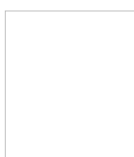
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ИП <...> дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 09 декабря 2014 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии <...>

<...>



Управление Федеральной антимонопольной службы
по республике Коми

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О
РЕКЛАМЕ

09 декабря 2014 года

№ 03-01/11553

Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в составе: <...> ,

на основании своего Решения от 09.12.2014 по делу № Р 51-08/14 о признании ненадлежащей рекламы следующего содержания: «ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ 12% Сус. Alc. 4,4% Чешское светлое БЕРКОВЕЦ ПИВОВАРНЯ 150 руб./литр 12% Сус. Alc. 4,4% Баварское светлое БЕРКОВЕЦ ПИВОВАРНЯ 150 руб./литр 15% Сус. Alc. 4,7% Бархатное темное БЕРКОВЕЦ ПИВОВАРНЯ 150 руб./литр Озерная, 5 (Пивоваренный завод) Ленина 47, кафе «Город», размещённой на странице 6 газеты «ПРО ГОРОД Ухта» № 33 (246) от 16.08.2014, поскольку в ней нарушены требования ч. 3 ст. 21 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 «О рекламе», в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Индивидуальному предпринимателю <...> , в десятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: распространение в газете «ПРО ГОРОД Ухта» рекламы следующего содержания: «ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ 12% Сус. Alc. 4,4% Чешское светлое БЕРКОВЕЦ ПИВОВАРНЯ 150 руб./литр 12% Сус. Alc. 4,4% Баварское светлое БЕРКОВЕЦ ПИВОВАРНЯ 150 руб./литр 15% Сус. Alc. 4,7% Бархатное темное БЕРКОВЕЦ ПИВОВАРНЯ 150 руб./литр Озерная, 5 (Пивоваренный завод) Ленина 47, кафе «Город» в нарушение требований ч. 3 ст. 21 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 «О рекламе».

2. Индивидуальному предпринимателю <...> , представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми письменные

доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **до 25 декабря 2014**
г.

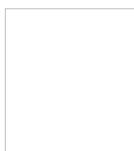
В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностное лицо административный штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии <...>

<...>



Управление Федеральной антимонопольной службы
по республике Коми

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
О РЕКЛАМЕ

09 декабря 2014 года

№ 03-01/11554

Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в составе: <...>,

на основании своего Решения от 09.12.2014 по делу № Р 51-08/14 о признании ненадлежащей рекламы следующего содержания: «ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ 12% Сус. Alc. 4,4% Чешское светлое БЕРКОВЕЦ ПИВОВАРНЯ 150 руб./литр 12% Сус. Alc. 4,4% Баварское светлое БЕРКОВЕЦ ПИВОВАРНЯ 150 руб./литр 15% Сус. Alc. 4,7% Бархатное темное БЕРКОВЕЦ ПИВОВАРНЯ 150 руб./литр Озерная, 5 (Пивоваренный завод) Ленина 47, кафе «Город», размещённой на странице 6 газеты «ПРО ГОРОД Ухта» № 33 (246) от 16.08.2014, поскольку в ней нарушены требования ч. 3 ст. 21 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 «О рекламе», в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Индивидуальному предпринимателю <...>, в десятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: распространение в газете «ПРО ГОРОД Ухта» рекламы следующего содержания: «ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ 12% Сус. Alc. 4,4% Чешское светлое БЕРКОВЕЦ ПИВОВАРНЯ 150 руб./литр 12% Сус. Alc. 4,4% Баварское светлое БЕРКОВЕЦ ПИВОВАРНЯ 150 руб./литр 15% Сус. Alc. 4,7% Бархатное темное БЕРКОВЕЦ ПИВОВАРНЯ 150 руб./литр Озерная, 5 (Пивоваренный завод) Ленина 47, кафе «Город» в нарушение требований ч. 3 ст. 21 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 «О рекламе».

2. Индивидуальному предпринимателю <...>, представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **до 25 декабря 2014 г.**

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении

нарушения законодательства о рекламе Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностное лицо административный штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии <...>

<...>