

**Публикация документа не является официальной. Официально правовые акты публикуются в официальных печатных изданиях в соответствии с действующим законодательством.**

ООО «Редакция «Новой

новгородской газеты»

Воскресенский бульвар, д. 13

Великий Новгород, 173002

Исходящий № 3613/03 от 09.07.2015

## РЕШЕНИЕ

Резолютивная часть оглашена 29.06.2015

В полном объеме изготовлено 09.07.2015

Великий Новгород

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Новгородской области (далее – Комиссия) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Куриков И.А. – председатель Комиссии, заместитель руководителя – начальник отдела Управления;

Петров Д.А. – член Комиссии, главный специалист эксперт Управления;

Руднева Д.А. – член Комиссии, специалист-эксперт Управления,

рассмотрев дело № 24 от 03.06.2015 по признакам нарушения Обществом с ограниченной ответственностью «Редакция «Новой новгородской газеты» (ИНН: 5321103303; 173002, Великий Новгород, Воскресенский бул., д. 13; далее – ООО «Редакция «Новой новгородской газеты») пункта 1 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

## УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Новгородской области (далее – Новгородское УФАС России) из Управления федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Новгородской области 03.04.2015 поступила информация о нарушении ООО

«Редакция «Новой новгородской газеты» законодательства о рекламе при распространении в периодическом печатном издании - еженедельной газете «Новая новгородская газета» (свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ53-00018 от 19.12.2008) (выпуск № 13 (813) от 01.04.2015) на 1 полосе в разделе «Первые апрельские новости» рекламного объявления (заметки) под заголовком «Плюс один глоток бесплатно» (далее – Информация).

Из Информации следует, что рекламное объявление (заметка) под заголовком «Плюс один глоток бесплатно» содержит следующие сведения: «Сегодня у жителей и гостей Великого Новгорода есть повод для тоста! Ведь минимальная цена полулитровой бутылки водки «Крымская» снижена на 18 рублей», «Не перепутайте: лишний глоток содержится только в бутылке «Крымской»...», «...а вот «Наш Крым» с каждым днем обходится все дороже».

Кроме того, в рекламном объявлении (заметке) под заголовком «Плюс один глоток бесплатно» содержатся изображения алкогольной продукции, а именно бутылок водок «Крымская особая» и «Наш Крым».

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе реклама – 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.

[В соответствии с пунктом 2 статьи 3](#) Закона о рекламе под объектом рекламирования понимается товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие на привлечение внимания к которым направлена реклама; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот. Товар представляет собой продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В данном случае объектом рекламирования в рекламном объявлении (заметке) под заголовком «Плюс один глоток бесплатно» являются алкогольные напитки - водки «Крымская особая» и «Наш Крым», а также сведения о ценах (относительно снижения и роста цен) на указанные водки.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции не должна размещаться в периодических печатных изданиях, за исключением рекламы пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, а также вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда, которая не должна размещаться на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов.

В данном случае, в периодическом печатном издании - еженедельной газете «Новая новгородская газета» (выпуск № 13 (813) от 01.04.2015) на первой полосе в разделе «Первые апрельские новости» размещено рекламное объявление под заголовком «Плюс один глоток бесплатно», содержащее сведения об алкогольной продукции (водки «Крымская особая» и «Наш Крым»), что недопустимо в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 21 Закона о рекламе, поскольку

распространение рекламы алкогольной продукции (водки) указанным способом запрещено.

Таким образом, в размещенном в периодическом печатном издании - еженедельной газете «Новая новгородская газета» (выпуск № 13 (813) от 01.04.2015) на первой полосе в разделе «Первые апрельские новости» рекламном объявлении под заголовком «Плюс один глоток бесплатно» имеются признаки нарушения пункта 1 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение законодательства о рекламе в данной части в соответствии со статьей 38 Закона о рекламе несет рекламораспространитель (часть 7 статьи 38 Закона о рекламе).

Следовательно, в данном случае рекламораспространителем рекламы, содержащей признаки ненадлежащей, является ООО «Редакция «Новой новгородской газеты».

До рассмотрения дела от ООО «Редакция «Новой новгородской газеты» поступили объяснения (вх. № 4693 от 18.06.2015 Новгородского УФАС России), суть которых сводится к следующему.

Рекламное объявление (заметка) под заголовком «Плюс один глоток бесплатно» было размещено в разделе «Первые апрельские новости» еженедельной газеты «Новая новгородская газета» (выпуск № 13 (813) от 01.04.2015). В разделе «Первые апрельские новости» данного выпуска, вышедшего 01.04.2015 (в «День смеха»), собрана информация исключительно шуточного характера, содержащая в себе элементы розыгрыша, рассказывающая о вымышленных событиях.

Так, материал под заголовком «Плюс один глоток бесплатно» содержит в себе вымышленные факты о снижении розничной цены именно на водку «Крымская особая», о деятельности на территории Новгородской области Федеральной службы по регулированию алкогольного рынка, а также информацию содержащую политический подтекст (относительно дорожания водки «Наш Крым»).

Согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ53-00018 от 19.12.2008 периодическое печатное издание - еженедельная газета «Новая новгородская газета» распространяется на территории Новгородской области.

В тексте рассматриваемого материала не содержится указаний ни на реальное наличие данных марок водок на потребительском рынке Великого Новгорода и Новгородской области, ни на места их продажи, что не может указывать на продвижение товара на рынке, о чем идет речь в пункте 1 статьи 3 Закона о рекламе.

На рассмотрении настоящего дела представитель ООО «Редакция «Новой новгородской газеты» Брутман Сергей Израйлевич, согласно приказу № 2 от 27.06.2005 занимающий должности заместителя директора ООО «Редакция «Новой новгородской газеты» и редактора еженедельной газеты «Новая новгородская газета», поддержал доводы письменных объяснений в полном объеме, а также дополнительно пояснил, что, на основании изложенного, материал под заголовком «Плюс один глоток бесплатно» не может содержать признаков нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Исследовав материалы дела по признакам нарушения законодательства о рекламе, Комиссия по рассмотрению дела приходит к следующим выводам.

Материалами дела № 24 от 03.06.2015 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе подтверждается тот факт, что рекламодателем рекламы, содержащей признаки ненадлежащей, является ООО «Редакция «Новой новгородской газеты».

Доводы ООО «Редакция «Новой новгородской газеты» о том, что в тексте рассматриваемого объявления (заметки) не содержится информации направленной на привлечение внимания к объекту рекламирования и, соответственно, оно не носит рекламного характера не состоятельны.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе реклама – 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.

В объявлении (заметке) под заголовком «Плюс один глоток бесплатно» содержатся сведения относительно алкогольных напитков - водок «Крымская особая» и «Наш Крым» («...цена полулитровой бутылки водки «Крымская» снижена на 18 рублей», «... лишний глоток содержится только в бутылке «Крымской»...», «...а вот «Наш Крым» с каждым днем обходится все дороже»), а также приведены изображения данной алкогольной продукции – бутылок водок «Крымская особая» и «Наш Крым».

Следовательно, объектом рекламирования в смысле пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе в рассматриваемом рекламном объявлении являются указанные алкогольные напитки - водки «Крымская особая» и «Наш Крым», а также сведения о ценах (относительно снижения и роста цен) на указанные водки, причем информация, содержащаяся в нем адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Доводы ООО «Редакция «Новой новгородской газеты» о том, что рассматриваемое объявление (заметка) не может считаться рекламой, так как содержит очевидно вымышленные, абсурдные, шуточные сведения, а также отведено в специально отведенном для такой информации разделе выпуска газеты («Первые апрельские новости») не могут быть приняты во внимание исходя из следующего.

Во-первых, в периодическом печатном издании - еженедельной газете «Новая новгородская газета» (выпуск № 13 (813) от 01.04.2015) ни в выходных данных, ни где-либо еще не сообщается, что материалы, размещенные в разделе «Первые апрельские новости» содержат вымышленную информацию, носят юмористический характер, являются политической сатирой и т.д.

Во-вторых, содержащиеся в объявлении (заметке) сведения об алкогольной продукции нельзя однозначно оценить как заведомо недостоверные и абсурдные. Так, снижение розничной цены на определенную алкогольную продукцию (по инициативе производителя либо в соответствии с решением соответствующих федеральных органов исполнительной власти) вполне может иметь место в действительности и не воспринимается как абсурдное, заведомо невозможное

событие. Так, в объявлении (заметке) обращается внимание на имевший место в действительности факт снижения Федеральной службой по регулированию алкогольного рынка минимальной розничной цены бутылки водки в феврале 2015 года, в связи с чем сообщение об изменении цен на упомянутую в объявлении (заметке) алкогольную продукцию, реализуемую на территории Российской Федерации, не является заведомо недостоверным и не воспринимается как очевидно вымышленное.

Следует также отметить, что информация о снижении стоимости и потребительских свойствах водки «Крымская особая» («Сегодня у жителей и гостей Великого Новгорода есть повод для тоста! Ведь минимальная цена полулитровой бутылки водки «Крымская» снижена на 18 рублей», «Не перепутайте: лишний глоток содержится только в бутылке «Крымской»...») специально выделяется относительно остального содержания объявления (заметки) более жирным и крупным шрифтом, то есть внимание потребителей акцентируется на наиболее привлекательных характеристиках рекламируемой алкогольной продукции, что полностью отвечает такому признаку рекламы как привлечение внимания и продвижение на рынке определенного товара.

Доводы ООО «Редакция «Новой новгородской газеты» о том, что указанная в рекламном объявлении под заголовком «Плюс один глоток бесплатно» алкогольная продукция - водки «Крымская особая» и «Наш Крым» не распространяется на территории Новгородской области и отсутствуют на данном потребительском рынке также не состоятельны, поскольку независимо от территории реализации водки «Крымская особая» и «Наш Крым» являются существующей и производимой в Российской Федерации алкогольной продукцией, реализацией которой занимается значительное число поставщиков.

Так, согласно сведениям, содержащимся на сайтах в сети «Интернет» по адресам: <http://vina-kryma.com/vodka/vodka-krymskaja-osobaja>, <http://goods.kaypu.com/gi/RU/>, водка «Крымская особая» реализуется в интернет-магазинах «Вина Крыма», «Каури Товары».

Кроме того, согласно сведениям сайта <http://kvvh.ru/produkt.html> производителем водки «Наш Крым» является КВВХ «Крымский вино-водочный комплекс».

Также, поскольку водка «Крымская особая» реализуются в том числе посредством интернет-магазинов, то и территориальные границы ее рынка реализации не ограничены территорией субъекта Российской Федерации (Новгородской области) и территорией распространения периодического печатного издания - еженедельной газеты «Новая новгородская газета».

Таким образом, информация, распространенная в объявлении (заметке) под заголовком «Плюс один глоток бесплатно», отвечает всем признакам рекламы алкогольной продукции, которая в действительности существует и реализуется в Российской Федерации.

Учитывая вышеизложенное, в размещенном в периодическом печатном издании - еженедельной газете «Новая новгородская газета» (выпуск № 13 (813) от 01.04.2015) на первой полосе в разделе «Первые апрельские новости» рекламном объявлении под заголовком «Плюс один глоток бесплатно» имеется нарушение пункта 1 части 2 статьи 21 Закона о рекламе, выразившееся в распространении рекламы

алкогольной продукции (водок «Крымская особая» и «Наш Крым») недопустимым способом.

Ответственность за нарушение законодательства о рекламе в данной части в соответствии со статьей 38 Закона о рекламе несет рекламодатель (часть 7 статьи 38 Закона о рекламе).

Собранные по делу доказательства и установленные обстоятельства свидетельствуют о том, что нарушение законодательства о рекламе в данном случае содержится в действиях рекламодателя рассматриваемой рекламы – ООО «Редакция «Новой новгородской газеты».

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 2 статьи 36, статьей 38 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, Административным регламентом Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденным Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу под заголовком «Плюс один глоток бесплатно», размещенную в периодическом печатном издании - еженедельной газете «Новая новгородская газета» (свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ53-00018 от 19.12.2008) (выпуск № 13 (813) от 01.04.2015) на 1 полосе в разделе «Первые апрельские новости», рекламодателем которой является Общество с ограниченной ответственностью «Редакция «Новой новгородской газеты» (ИНН: 5321103303; 173002, Великий Новгород, Воскресенский бул., д. 13), поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать рекламодателю - Обществу с ограниченной ответственностью «Редакция «Новой новгородской газеты» обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Новгородского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

И.А. Куриков

Председатель Комиссии

Д.А. Петров

Члены Комиссии

Д.А. Руднева

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