

14 мая 2010 года г. Абакан

Резолютивная часть решения объявлена 30 апреля 2010 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия (далее Хакасское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: Шалимов П.А., заместитель руководителя управления, начальник отдела антимонопольного законодательства, рекламы (АЗР);

члены Комиссии: Андрюшкова И.А., главный специалист-эксперт отдела АЗР;

Жукова И.И., ведущий специалист-эксперт отдела АЗР;

Лесниченко Н.В., специалист-эксперт отдела АЗР;

рассмотрев дело № 6-Р-10, возбужденное в отношении ООО «Персей», по признакам нарушения части 3 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее Закон «О рекламе»), выразившегося в распространении в магазине «Продукты ВСК» по адресу г. Абакан, ул. Вяткина, д. 63, рекламных буклетов «Весенний марафон» с рекламой пива: «Охота» крепкое, «Голд Бир» светлое, «Вольная Сибирь» светлое и «Сокол» светлое, без предупреждения о вреде чрезмерного потребления пива,

в присутствии представителя:

– лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «Персей» (ул. М. Жукова, 18, г. Абакан, Республика Хакасия, 655017) – представитель по доверенности Куртукова Мария Александровна (Доверенность № 459 от 26.04.2010),

УСТАНОВИЛА:

4 марта 2010 года Комиссией Хакасского УФАС России была проведена внеплановая проверка, по результатам которой в присутствии директора магазина «Продукты ВСК» (г. Абакан, ул. Вяткина, 63) ООО «Персей» Шабановой Н.Г. была сделана фотосъемка о распространении рекламных буклетов и составлен акт № 1, в котором зафиксирован факт распространения на кассовом боксе магазина «Продукты ВСК» (г. Абакан, ул. Вяткина, 63) рекламных буклетов «Весенний марафон» Праздник начинается! ВСК поздравляет и дарит подарки! С 12 февраля по 31 марта. Продукты ВСК. На развороте рекламного буклета на стр. 3 размещена реклама пива «Охота» крепкое, «Голд Бир» светлое, «Вольная Сибирь» светлое, «Сокол» светлое без предупредительной надписи, а также на стр. 3 рекламного буклета «Весенний марафон...» размещена реклама алкогольной продукции: водка «Пять озер», шампанское МКШВ «Российское», Вино «Завет пастыря», коньяк «Киновский» в нижней части страницы имеется надпись следующего содержания: «чрезмерное употребление спиртного вредит вашему здоровью. Алкоголь противопоказан детям и подросткам, не достигшим 18 лет. Беременным и кормящим женщинам и лицам с заболеваниями центральной нервной системы, печени и других органов пищеварения, лицам управляющим транспортными средствами».

Кроме того, в торговом зале на стеллажах с водкой зафиксирован факт распространения рекламных мини-буклетов с рекламой алкогольной продукции размещенных на бутылках водки «Пять озер» и «Монархия» (4 разновидности).

В письменном пояснении (вх. № 833 от 08.04.2010) представитель по доверенности Патачаков А.А. пояснил, что данный буклет является информацией о снижении цен, а не рекламой конкретной алкогольной продукции, пива и напитков изготовленных на его основе. В указанном буклете имеется надпись о вреде чрезмерного потребления спиртного и имеется надпись о противопоказаниях алкоголя несовершеннолетним, беременным и кормящим женщинам, лицам с заболеваниями ЦНС, печени и других органов пищеварения, лицам, управляющим транспортными средствами. ООО «Персей» утверждает, что мини-буклеты изготавливаются товаропроизводителем исключительно для комплектации им конкретной бутылки водки. Буклеты изъяты и уничтожены, на день возбуждения дела № 6-Р-10 нарушения устранены.

Изучив имеющиеся материалы дела, выслушав объяснения представителя по доверенности лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, Комиссия пришла к следующему.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее Закон «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; объект рекламирования – 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; товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот; ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации; рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Часть 11 статьи 5 Закона «О рекламе» обязывает при производстве, размещении и распространении рекламы соблюдать требования законодательства Российской Федерации.

В соответствии с пунктом 9 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» (далее Закон «О госрегулировании...») спиртные напитки – алкогольная продукция, которая произведена с использованием этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции и не относится к питьевому этиловому спирту и вину.

Согласно пункта 7 статьи 2 Закона «О госрегулировании...» алкогольная продукция – пищевая продукция, которая произведена с использованием этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 1,5 процента объема готовой продукции. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как питьевой этиловый спирт, спиртные напитки (в том числе водка), вино (в том числе натуральное вино).

В соответствии с частью 3 статьи 1 Закона «О госрегулировании...» действие настоящего Федерального закона не распространяется на деятельность по производству и обороту пива.

В соответствии с частью 3 статьи 22 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 радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, – не менее чем пять секунд и такому предупреждению должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе,

распространяемой другими способами, – не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

В вышеназванном рекламном буклете «Весенний марафон» отсутствует предупреждение о вреде чрезмерного потребления пива и напитков изготовленных на его основе, следовательно, не соблюдены требования части 3 статьи 22 Закона «О рекламе». В силу части 7 статьи 38 Закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований установленных частью 3 статьи 22 Закона «О рекламе».

Лицом, осуществляющим распространение вышеуказанного рекламного буклета «Весенний марафон» с рекламой пива без предупреждения о вреде чрезмерного потребления пива является ООО «Персей», что подтверждается Положением о проведении совместных маркетинговых мероприятий «Весенний марафон» от 11.01.2010, фотоматериалами и актом № 1 от 04.03.2010 года.

Таким образом, ООО «Персей» нарушило требования части 3 статьи 22 Закона «О рекламе», распространяя рекламные буклеты «Весенний марафон» с рекламой пива без предупредительной надписи.

В письме от 07.04.2010 (вх. № 826) представитель по доверенности ООО «Персей» Патачаков А.А. пояснил, что данный буклет является информацией о снижении цен, а не рекламой конкретной алкогольной продукции, пива и напитков изготовленных на его основе.

Данный довод не может быть принят Комиссией во внимание, поскольку информация, размещенная в буклете «Весенний марафон» содержит все необходимые признаки рекламы: распространена при помощи рекламных буклетов, адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования (к пиву «Охота» крепкое, пиву «Голд Бир» светлое, пиву «Вольная Сибирь» светлое и пиву «Сокол» светлое, а также к алкогольной продукции: водке «Пять озер», к шампанскому МКШВ «Российское», к вину «Завет пастыря», к коньяку «Киновский») и, формирование и поддержание интереса к нему (надпись «Внимание! Купи 5 бутылок пива «Сокол» и получи 6-ю в подарок!» с изображением бутылок пива в рекламе и однозначно свидетельствуют о намерении привлечь внимание к данному напитку).

Кроме того, в торговом зале на стеллажах с водкой зафиксирован факт распространения рекламных мини-буклетов с рекламой алкогольной продукции в виде мини-буклетов, размещенных на бутылках водки «Пять озер» и «Монархия» (4 разновидности).

В мини-буклетах, прикрепленных к бутылкам водки «Пять озер» имеется надпись: «Водка «Пять озер» Мы производим эту водку в Сибири, вдали от шума и суеты, в краю чистых озер и первозданной тайги. Для «Пяти озер» используется природная вода, питающая таежные озера. Эта вода не просто чистая. Она уникальная. Содержит серебро и способна исцелять. В народе ее называют «живой водой». Живая вода Живая легенда».

В мини-буклетах, прикрепленных к бутылкам водки «Монархия» (4 наименования), имеется надпись: «унаследовала лучшие традиции русского винокурения эпохи Екатерины II. Кроме того:

на мини-буклете прикрепленном к бутылке водки «Монархия» На таежных ягодах» имеется надпись «Для приготовления такой водки используется ароматный спирт брусники, издревле славившейся своими целебными свойствами и придающей напитку «изысканную кислинку».

на мини-буклете прикрепленном к бутылке водки особой «Монархия», имеется надпись: «используется настой березовых почек и ароматный спирт калины, издревле славившейся своими целебными свойствами и придающий напитку специфическую терпкость.

на мини-буклете прикрепленном к бутылке водки «Монархия» «На кедровых орешках», имеется надпись: «От чего она так легко пьется и не вызывает никакого похмелья?...»

на мини-буклете прикрепленном к бутылке водки «Абсолютная монархия» имеется надпись: «В состав водки «Абсолютная монархия» входит янтарная кислота, препятствующая появлению похмелья.

В силу части 3 статьи 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).

В вышеназванных рекламных мини-буклетах прикрепленных к бутылкам водки «Пять озер» и «Монархия» (4 разновидности) отсутствует предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции.

В ходе рассмотрения дела 30.04.2010 представитель по доверенности Куртукова М.А., подтвердила изложенные в письме (вх. № 833 от 08.04.2010) доводы о том, что рекламодатель не несет ответственность за содержание буклетов согласно пункта 3 статьи 22 Закона «О рекламе», а в данном случае, как считает ООО «Персей», ответственность несет рекламодаделец, изготовивший буклет о снижении цен, а не рекламы конкретной алкогольной продукции.

Данные доводы не могут быть приняты, поскольку в соответствии с частью 7 статьи 38 Закона «О рекламе» за нарушение требований, установленных частью 3 статьи 22 указанного Закона ответственность несет рекламодатель.

В материалах дела имеются доказательства об устранении ООО «Персей» нарушения законодательства РФ о рекламе – представлен акт б/н об уничтожении от 05.03.2010, в котором указано, что уничтожены путем измельчения информационные буклеты «Весенний марафон» в количестве 1000 экз. и мини-буклет к водочной бутылке «Пять озер» и «Монархия» в количестве 60 экз.

ООО «Персей» не соблюдены требования части 3 статьи 21 и части 3 статьи 22 Закона «О рекламе», обязывающие рекламодателя и рекламодателя в каждом случае при рекламировании алкогольной продукции и пива и напитков, изготавливаемых на его основе, сопровождать предупреждением о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции и пива и напитков, изготавливаемых на его основе, причем в каждом случае такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Руководствуясь пунктом 1 части 2 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 пива: «Охота» крепкое, «Голд Бир» светлое, «Вольная Сибирь» светлое и «Сокол» светлое и рекламу алкогольной продукции: водка «Пять озер», шампанское МКШВ «Российское», вино «Завет пастыря», коньяк «Киновский» распространяемую в виде рекламных буклетов «Весенний марафон» в магазине «Продукты ВСК» по адресу г. Абакан, ул. Ленина, 61, а также рекламу алкогольной продукции, распространяемую в виде мини-буклетов прикрепленных к бутылкам водки: «Пять озер» и «Монархия» (4 разновидности), без предупреждения о вреде чрезмерного потребления пива и алкогольной продукции, поскольку нарушены требования части 3 статьи 22 и части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», 2. Выдать ООО «Персей» предписание о прекращении нарушения части 3 статьи 21 и части 3 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 14.05.2010 года.

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

Председатель комиссии П.А. Шалимов

Члены комиссии: И.А. Андриюшкова

И.И. Жукова

Н.В. Лесниченко

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

14 мая 2010 года г. Абакан

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия (далее Хакаское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии: Шалимов П.А., заместитель руководителя управления, начальник отдела антимонопольного законодательства, рекламы (АЗР);

члены Комиссии: Андриюшкова И.А., главный специалист-эксперт отдела АЗР;

Жукова И.И., ведущий специалист-эксперт отдела АЗР;

Лесниченко Н.В., специалист-эксперт отдела АЗР;

на основании своего решения от 14 мая 2010 года по делу № 6-Р-10 о признании ненадлежащей рекламу пива: «Охота» крепкое, «Голд Бир» светлое, «Вольная Сибирь» светлое и «Сокол» светлое и рекламу алкогольной продукции: водка «Пять озер», шампанское МКШВ «Российское», вино «Завет пастыря», коньяк «Киноровский» распространенную в виде рекламных буклетов «Весенний марафон» в магазине «Продукты ВСК» по адресу г. Абакан, ул. Ленина, 61, а также рекламу алкогольной продукции, распространенную в виде мини-буклетов прикрепленных к бутылкам водки: «Пять озер» и «Монархия» (4 разновидности), без предупреждения о вреде чрезмерного потребления пива и алкогольной продукции, поскольку нарушены требования части 3 статьи 22 и части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Обществу с ограниченной ответственностью «Персей» (ул. Маршала Жукова, 18, г. Абакан, Республика Хакасия, 655017) в срок до 30 мая 2010 года прекратить нарушение части 3 статьи 21 и части 3 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», для чего при распространении рекламы пива и алкогольной продукции в рекламных буклетах размещать предупреждение о вреде чрезмерного потребления соответственно пива и алкогольной продукции, площадь предупредительной надписи должна быть не менее 10 % от площади всей рекламы пива или алкогольной продукции, размещенной в рекламных буклетах.

2. ООО «Персей» представить в Хакаское УФАС России письменное доказательство исполнения пункта 1 настоящего предписания в срок до 05 июня 2010 года.

Согласно статье 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях невыполнение в установленный срок законного предписания федерального антимонопольного органа, его территориального органа влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель комиссии П. А. Шалимов

Члены комиссии: И.А. Андриюшкова

И.И. Жукова

Н.В. Лесниченко