РЕШЕНИЕ
(извлечение)

12 мая 2011 года г. Белгород

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Белгородской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе
рассмотрев дело №113-11-РЗ по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе возбужденное по заявлению <…> по факту размещения и распространения в журнале «BELLFASHION» № 24 январь-февраль 2011 рекламы алкогольной продукции содержащей признаки нарушения статьи 21 ФЗ «О рекламе» в присутствии законного представителя ООО «Амбер» <…>

УСТАНОВИЛА:
В Управление Федеральной антимонопольной службы России по Белгородской области поступило заявление <…>
Из заявления следует, что в журнале «BELLFASHION» №24 январь-февраль 2011 размещена реклама водки «Царский визит», «Путь к вершине», бальзама «Белогорье», настойки «Полусладкой». По мнению заявителя при распространении данной рекламы нарушены требования ст.21 Федерального закона «О рекламе», а именно отсутствует предупреждение о вреде чрезмерного потребления.
Рассмотрев данное заявление, было установлено следующее.
Учредителем журнала «BELLFASHION» является ООО «Амбер»,
На вкладке журнала между страницами 120-121 размещена реклама алкогольной продукции, а именно:
• «Настойка полусладкая «Железная леди» сопровождается изображением бутылки и предупреждением «чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью». Площадь сообщения составляет 157,3 см2 , при этом площадь предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкоголя составляет 3,5 см2.
• водка «Serebroff» сопровождается изображением бутылки и предупреждением «чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью». Площадь сообщения составляет 161,7 см2, при этом площадь предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкоголя составляет 3,5 см2.
• водка «31 регион» сопровождается изображением бутылки, предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкоголя отсутствует.
• водка «Путь к вершине» сопровождается изображением бутылки, предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкоголя отсутствует.
• бальзам «Белогорье - синие дали» сопровождается изображением бутылки и предупреждением «чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью». Площадь сообщения составляет 161,7 см2, при этом площадь предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкоголя составляет 3,5 см2.
• водка «Царский визит» сопровождается изображением бутылки, предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкоголя отсутствует.
Данная информация адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, которым является алкогольная продукция – «Настойка полусладкая «Железная леди», водки «Serebroff», «31 регион», «Путь к вершине», «Царский визит», бальзам «Белогорье - синие дали», формирование или поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке, что в соответствии со ст.3 ФЗ «О рекламе» является рекламой.

В соответствии с частью 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции, в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть уделено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).
В рекламных сообщениях водки «Serebroff», «31 регион», «Путь к вершине», «Царский визит» такое предупреждение отсутствует, а в рекламе «Настойка полусладкая «Железная леди», бальзам «Белогорье - синие дали» площадь этого предупреждения составляет менее 10%.
Представитель ООО «Амбер» сообщил, что публикация данной информации была осуществлена по собственной инициативе, для привлечения внимания к проведенной дегустации алкогольной продукции. Признал факт отсутствия в рекламе предусмотренного ФЗ «О рекламе» предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкоголя, а также несоответствие площади предусмотренного законом предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкоголя.
Комиссия, проанализировав материалы, дела, заслушав пояснение представителя ООО «Амбер», приходит к следующим выводам.
Белгородское УФАС России правомерно квалифицировало информацию, размещенную в журнале «BELLFASHION» №24 январь-февраль 2011, которая сопровождается изображением бутылок алкогольной продукции: «Настойка полусладкая «Железная леди», водки «Serebroff», «31 регион», «Путь к вершине», «Царский визит», бальзам «Белогорье - синие дали» как рекламу, т.к. она содержит все признаки рекламы, указанные в статье 3 ФЗ «О рекламе».
ООО «Амбер» является лицом, определившим объект рекламирования и содержание рекламы, лицом, осуществившим полностью приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму, а также лицом, осуществившим распространение рекламы алкогольной продукции в журнале «BELLFASHION» №24 январь-февраль 2011, и в соответствии с понятиями, данными в статье 3 ФЗ «О рекламе», является рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламораспространителем.
Из содержания рекламы следует, что в ней рекламируются алкогольная продукция, а именно «Настойка полусладкая «Железная леди», водки «Serebroff», «31 регион», «Путь к вершине», «Царский визит», бальзам «Белогорье - синие дали».
В соответствии с частью 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции, в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть уделено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).
В рекламных сообщениях водки «Serebroff», «31 регион», «Путь к вершине», «Царский визит» такое предупреждение отсутствует, а в рекламе «Настойка полусладкая «Железная леди», бальзам «Белогорье - синие дали» площадь этого предупреждения составляет менее 10%.
Таким образом, Белгородское УФАС России обоснованно квалифицировало действия ООО «Амбер» по распространению рекламы алкогольной продукции без предупреждения о вреде ее чрезмерного потребления, а также рекламы, в которой площадь предусмотренного законом предупреждения меньше установленной частью 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе» площади, и как распространение ненадлежащей рекламы.
В соответствии со статьей 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель, рекламопроизводитель и рекламораспространитель, т.е. ООО «Амбер».

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 ненадлежащей рекламу алкогольной продукции, размещенную и распространенную в журнале «BELLFASHION» №24 январь-февраль 2011, поскольку в ней нарушены требования части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».
2. Выдать ООО «Амбер» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Белгородского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, и проведении по нему административного расследования.

Решение изготовлено в полном объеме 12 мая 2011 года.

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

ООО «Амбер»

ПРЕДПИСАНИЕ № 64
О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ
(извлечение)

12 мая 2011 года г.Белгород

Комиссия Белгородского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе на основании своего решения от 12 мая 2011 года по делу № 113-11-РЗ о признании ненадлежащей рекламы алкогольной продукции, размещенную и распространенную в журнале «BELLFASHION» №24 январь-февраль 2011, в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО «Амбер» в 5-тидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение статьи 21 ФЗ «О рекламе», а именно прекратить распространение рекламы алкогольной продукции без предупреждения о вреде ее чрезмерного потребления, а также рекламы, в которой площадь предусмотренного законом предупреждения меньше установленной частью 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе» площади.
2. ООО «Амбер» представить в Управление Федеральной антимонопольной службы России по Белгородской области письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 20 мая 2011 года.
В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Управление Федеральной антимонопольной службы России по Белгородской области вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить административный штраф 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 в порядке, предусмотренном статьёй 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации