

**ПОСТАНОВЛЕНИЕ**  
**о наложении штрафа по делу №151А**  
**об административном правонарушении**

«20» мая 2010 г. г. Брянск

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Брянской области Рогачев В.С., рассмотрев протокол об административном правонарушении от 20.05.2010 года, составленный в отношении закрытого акционерного общества «Асель Шпрингер Раша», материалы дела о нарушении законодательства о рекламе и ходатайство лица о вынесении постановления по делу.

В присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – представителя по доверенности ЗАО «Аксель Шпрингер Раша»:<...>

УСТАНОВИЛ:

В распространяемом на территории Брянской области печатном издании журнале о политике, экономике, бизнесе, технологиях и культуре «FORBES («ФОРБЭС») ФЕВРАЛЬ 2010г. (далее Журнал) размещены рекламные объявления в которых выявлены признаки нарушения законодательства о рекламе (Федеральный закон от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» - далее Закон).

1. На странице 11 размещена реклама часов марки GIRARD-PERREGAUX и алкогольной продукции вина «Chateau Lafite Rothschild». В соответствии с частью 3 статьи 21 Закона 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 указанном рекламном объявлении отсутствует пометка о вреде чрезмерного потребления.

2. На странице 76 размещена реклама алкогольной продукции с текстом: «Johnnie Walker представляет ПУТЬ К УСПЕХУ», и изображение бутылки алкогольной продукции BLACK LABEL. В соответствии с п.1 частью 1 статьи 21 реклама алкогольной продукции не должна: содержать утверждение о том, что употребление алкогольной продукции имеет важное значение для достижения общественного признания, профессионального, спортивного или личного успеха либо способствует улучшению физического или эмоционального состояния.

В указанной рекламе имеется утверждение о том, что данный алкогольный продукт может привести к успеху.

3. На странице 140-141 размещена рекламная информация об алкогольных напитках. Так текст информации о разных сортах, винах и их производителях сопровождается изображением алкоголя «SAN VALENTIN», «SANTA CFROLINA», «VIGORELLO», «DUVAL-LEROY». В соответствии с частью 3 статьи 21 Закона 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 указанном рекламном объявлении отсутствует пометка о вреде чрезмерного потребления.

Также на основании статьи 16 Закона размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой "реклама" или пометкой "на правах рекламы". Объем рекламы в таких изданиях должен составлять не более чем сорок процентов объема одного номера периодических печатных изданий. Требование о соблюдении указанного объема не распространяется на периодические печатные издания, которые зарегистрированы в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера и на обложке и в выходных данных которых содержится информация о такой специализации. Так данное издание (в соответствии с свидетельством о регистрации СМИ ПИ №ФС77-35120 от 29 января 2009г.) не является рекламным, и текст рекламы должен быть сопровожден необходимыми пометками.

В приложении к журналу «FORBESSTYLE» весна 2010г. также выявлены нарушения законодательства о рекламе:

1. На странице 14 размещена рекламная статья «Ларь-пушка», в которой подробно описаны алкогольные напитки (год выпуска, фирма), изображение предлагаемой продукции и цена по которой данный товар можно приобрести.

В соответствии с частью 3 статьи 21 Закона 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 указанном рекламном объявлении отсутствует пометка о вреде чрезмерного потребления.

В соответствии с частью 7.1 статьи 5 Закона в рекламе товаров и иных объектов рекламирования стоимостные показатели должны быть указаны в рублях, а в случае необходимости дополнительно могут быть указаны в иностранной валюте. В представленной рекламе цены указаны в иностранной валюте( ).

Также материал, размещенный на страницах: 14, 16, 18, 20, 31-43, 50-52,54-63, 88-92, 93 не соответствует требованиям части 7.1 статьи 5, 16 Закона.

Данная информация является рекламой, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования и продвижение его на рынке при осуществлении предпринимательской деятельности.

В соответствии с п.5 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе (утвержденных Постановлением правительства РФ от 17 августа 2006г. №508) Брянское УФАС России ходатайствовало перед ФАС России о наделении полномочий по возбуждению и рассмотрению дела в отношении ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» (исх.422 от 05.02.2010г.). На основании п.6 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе ФАС России рассмотрев ходатайство, наделил Брянское УФАС России полномочиями по рассмотрению данного дела (исх. АК/11327 от 20.04.2010г.).

По имеющимся материалам в деле, Брянским УФАС России установлено, что на территории Брянской области и г. Брянске распространялся журнал «ФОРБЭС» инструмент капиталиста» и приложение «FORBESSTYLE».

В данном журнале и приложении к журналу обнаружена реклама, в которой усмотрены признаки нарушения законодательства о рекламе.

В соответствии со ст. 3 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ реклама – это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования. В отношении рекламы алкогольной продукции, объекты рекламирования обуславливают воздействие указанной рекламы на неопределенный круг лиц, не являющихся потребителями данной рекламы и потенциальными покупателями алкогольной продукции, в том числе и на несовершеннолетних. Таким образом, данная реклама является ненадлежащей.

Частью 4 ст. 2 Федерального закона «О рекламе» установлены специальные требования и ограничения в отношении рекламы отдельных видов товаров, которые распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров их изготовителей или продавцов. Данный товар широко известен) и тесно связан в сознании потребителя с алкогольной

продукцией.

В отношении рекламы стоимостных показателей, информация о товаре в розничной продаже должна содержать указание на цену в рублях.

Любая информация, направленная привлечение внимания к объекту, в котором четко обозначен товар (средство индивидуализации, продавец и т.д.), формирует и поддерживает интерес к нему и способствует продвижению на рынке рассматривается как рекламная, вне зависимости от того оплачена она сторонним рекламодателем или размещена по инициативе печатного издания. На такую информацию распространяются требования закона «О рекламе». Печатное издание, по инициативе которого размещена рекламная информация, должен быть признан рекламодателем и на него также распространяются требования Закона.

Согласно части 1 статьи 5 Закона «О рекламе» реклама должна быть достоверной. Недостоверная реклама не допускается. Учредителем и издателем данного печатного издания является ЗАО «Аксель Шпрингер Раша», т.е. в соответствии с абз.5, 7 ст.3 Закона о рекламе является рекламодателем (в части редакционного материала) рекламы, и несет ответственность за несоответствие требованиям законодательства о рекламе.

Установлено, что размещение рекламы, не соответствующей требованиям части 7.1 статьи 5 (на странице 14, 16, 18, 20, 31-43, 50-52, 54-63, 88-92, 93 приложения) и части 3 статьи 21 (на странице 140-141 журнала, на странице 14 приложения) ФЗ «О рекламе», осуществлялось редакцией журнала. В данной рекламе указаны цены на конкретный товар и место, где можно приобрести данный товар по указанной цене. Соответственно Общество, ответственное за выпуск журнала, является рекламодателем указанной информации.

На основании изложенного установлен факт нарушения Обществом требований части 7.1 статьи 5, статьи 16, части 3 статьи 21, пункта 1 части 1 статьи 21 Закона «О рекламе». Согласно частей 4 и 6 статьи 38 Закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований части 7.1 статьи 5, части 3 статьи 21, п.1 части 1 статьи 21 Закона «О рекламе» несет рекламодатель. Согласно частей 4 и 7 статьи 38 Закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований статьи 16, части 3 статьи 21 Закона «О рекламе» несет рекламодатель.

Данная реклама была признана ненадлежащей решением комиссии Брянского УФАС России по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе от «20» мая 2010г.

Установлено событие административного правонарушения, выразившееся в размещении ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» ненадлежащей рекламной информации.

Установлено, что данная реклама на территории г.Брянска и Брянской области, распространялась в местах продаж печатной продукцией сроком больше месяца, следовательно, правонарушение является длящимся согласно части 2 статьи 4.5 КоАП РФ.

В соответствии с пунктом 14 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 24.03.2005 № 5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» согласно части 2 статьи 4.5 КоАП РФ при длящемся административном правонарушении сроки, предусмотренные частью первой этой статьи, начинают исчисляться со дня обнаружения административного правонарушения. Длящимся является такое административное правонарушение (действие или бездействие), которое выражается в длительном непрекращающемся невыполнении или ненадлежащем выполнении обязанностей, возложенных на нарушителя законом. При этом необходимо иметь в виду, что днем обнаружения длящегося административного правонарушения считается день, когда должностное лицо, уполномоченное составлять протокол об административном правонарушении, выявило факт его совершения. В данном случае днем обнаружения указанного длящегося административного правонарушения является - 20.05.2010 г., день, когда была объявлена резолютивная часть решения по делу № 73, возбужденному по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, день, когда должностное лицо Брянского УФАС России, уполномоченное составлять протокол об административном правонарушении, установило факт его совершения.

На основании изложенного установлен факт нарушения ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» (рекламодателем) - требований части 7.1 статьи 5, части 3 статьи 21, п.1 части 1 статьи 21 Закона «О рекламе», (рекламодателем) - требований статьи 16, части 3 статьи 21 Закона «О рекламе», следовательно, в действиях юридического лица - ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» установлен состав административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена статьей 14.3 КоАП РФ. В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Субъектом административного правонарушения является ЗАО «Аксель Шпрингер Раша». При рассмотрении дела обстоятельств, смягчающих административную ответственность Общества, согласно статье 4.2 КоАП РФ, не установлено.

Учитывая вышеизложенное, а также характер совершенного правонарушения и

на основании пунктов 1-3 и 4 статьи 3; части 7.1 статьи 5; статьи 16, п.1 части 1 статьи 21, части 3 статьи 21 Закона «О рекламе»,

руководствуясь ст. 38 Федерального закона «О рекламе», ст. ст. 14.3, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

**ПОСТАНОВИЛ:**

1. Применить к закрытому акционерному обществу «Аксель Шпрингер Раша», меру ответственности в виде административного штрафа в размере 20 0 000 (двести тысяч) рублей.
2. Сумму штрафа надлежит заплатить в соответствующий бюджет.

Согласно пункту 1 статьи 32.2. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее тридцати дней со дня вступления постановления в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с частью 1 статьи 20.25. неуплата административного штрафа в срок, предусмотренный настоящим Кодексом, - влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа либо административный арест на срок до пятнадцати суток.

Реквизиты счетов для зачисления административных штрафов:

№ счета получателя: 40101810300000010008

ИНН получателя платежа: 3234034811

Наименование банка получателя платежа: ГРКЦ Банка России по Брянской области

БИК: 041501001

ОКАТО: 15401000000

КБК: 161 11626000010000140

КПП: 325001001

Наименование получателя: УФК по Брянской области (УФАС России по Брянской области)

Сумма платежа: 100%

Назначение платежа: административный штраф по постановлению Брянского УФАС России о наложении штрафа об административном правонарушении от 20.05.2010г. (40% в федеральный бюджет, 60%- в бюджет субъекта Российской Федерации)

В трехдневный срок со дня уплаты штрафа надлежит представить в Брянское УФАС России надлежащим образом заверенные копии платежных документов.

В соответствии с пунктом 1 статьи 30.3. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу, Арбитражный суд в 10-дневный срок со дня вручения или получения копии постановления.

В соответствии со ст. 31.1. КоАП РФ постановление вступает в законную силу по истечении десятидневного срока с момента получения постановления о наложении штрафа. В соответствии с частью 4 статьи 4.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях назначение административного наказания не освобождает лицо от исполнения обязанности, за неисполнение которой административное наказание было назначено.