

РЕШЕНИЕ

по делу № 4-05/42

26 мая 2015 года

г. Хабаровск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

<...> – заместитель руководителя управления.

Члены Комиссии:

<...>- начальник отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

<...>- ведущий специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело № 4-05/42 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения ИП <...>рекламы с нарушением требований пункта 1 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе»,

в присутствии представителя ИП <...> – <...>,

УСТАНОВИЛА:

На рассмотрении Хабаровского УФАС России находится заявление (вход. от 27.04.2015 № 4/3699) по факту распространения рекламы алкогольной продукции на страницах журнала «Ваша Свадьба 27» в № 1(17) весна 2015 года, а именно: на странице 7, а также последней странице и обложке журнала.

В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 21 ФЗ «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 РФ из выращенного на территории РФ винограда, которая не должна размещаться на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов.

Пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» определено, что 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, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Объектом рекламирования, в силу пункта 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе», могут выступать товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Как разъяснил Пленум Высшего Арбитражного Суда РФ в п. 16 Информационного письма от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассматриваемых споров, связанных с применением законодательства РФ о рекламе» информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

В пункте 2 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами ФЗ «О рекламе» указано, что при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы необходимо учитывать, что размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведения о товаре (в том числе товарного знака).

Реклама рассматривается в комплексе, и объектом рекламирования в журнале «Ваша свадьба» являются: банкетный зал на территории «Парка Северный» и ресторан «Матвеевская слобода».

Данные рекламы содержат наименования ресторанов, указаны адреса и телефоны, фотоизображения их интерьеров, накрытых столов с алкогольной продукцией, то есть изображения стеклянной тары в виде бутылок с указанием видов алкогольной продукции, а именно: шампанское, вино, тем самым, они направлены на формирование интереса потребителей к указанным заведениям и реализуемому в них алкоголю, следовательно, носят рекламный характер.

Комплексный характер рекламы (наличие в ней несколько объектов рекламирования) не исключает соблюдение нормативных требований в отношении каждого из таких объектов, не позволяет пренебрегать теми или иными требованиями Закона, отдавая предпочтение тому или иному объекту рекламирования. В данном случае по своему содержанию рекламная информация призвана продвинуть на рынке алкогольную продукцию рекламодателя и привлечь к ней потребителя.

Таким образом, реклама, размещенная в журнале «Ваша свадьба 27», сообщает не только о возможности заказать банкеты и свадьбы, но и иную информацию, которая адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к определенному объекту, формирование или поддержание интереса к нему, то есть указанные рекламы привлекают внимание потребителей и к алкогольной продукции.

В ходе рассмотрения дела <...> не согласилась с выявленным нарушением

рекламного законодательства, ссылаясь на то, что в журнале «Ваша свадьба 27» изображены бутылки шампанского и вина, произведенного в РФ из выращенного на территории РФ винограда, что законом допускается.

Данный довод не принимается по следующим основаниям.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама любой алкогольной продукции в независимости от места производства не должна размещаться на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов.

Кроме того представитель ИП <...> не смогла предоставить доказательства, подтверждающие факт производства алкоголя на территории РФ.

Согласно части 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушения требований пункта 1 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» несет рекламораспространитель.

Установлено, что рекламораспространителем является учредитель журнала «Ваша Свадьба» ИП <...>.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1,2 статьи 36 Федерального Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащими рекламы алкогольной продукции, распространенные ИП <...> в журнале «Ваша Свадьба 27» в № 1(17) весна 2015 года, поскольку в них нарушены требования пункта 1 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать <...> обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе;

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

Решение изготовлено в полном объеме 26 мая 2015 года.

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

Предписание
о прекращении нарушения законодательства
Российской Федерации о рекламе

26 мая 2015 года

г. Хабаровск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

<...> – заместитель руководителя управления.

Члены Комиссии:

<...>– начальник отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

<...>– ведущий специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

на основании своего решения от 26 мая 2015 года по делу № 4-05/42 о признании ненадлежащей рекламы алкогольной продукции, размещенной ИП <...> на страницах журнала «Ваша Свадьба 27» в № 1(17) весна 2015 года, а именно: на странице 7, а также последней странице и обложке журнала.

и 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. ИП <...> в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: распространение в журнале «Ваша Свадьба 27» рекламы алкогольной продукции с нарушением требований пункта 1 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

2. ИП <...> представить в Хабаровское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 15 июня 2015 года.

В случае неисполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Хабаровское УФАС России в праве в соответствии с частью 2.4. статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на физических лиц штраф в размере от двенадцати до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот до пятисот тысяч рублей.

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