

ООО «Информационная группа»
«Ресторанные ведомости»

119049, г. Москва,
Ленинский проспект, д. 6,
стр. 13, оф. 12

115093, г. Москва,
ул. Дубининская, д. 90

ООО «Издательство «Эксмо»

123308, г. Москва,
ул. Зорге, д. 1

РЕШЕНИЕ

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «06» мая 2014 года.
В полном объеме решение изготовлено «20» мая 2014 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России) в составе:

председателя Комиссии – (...),

членов Комиссии – (...), (...),

рассмотрев материалы дела № 3-21-37/77-14 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения ООО «Информационная группа» «Ресторанные ведомости» в художественном издании (книга «Кухня нового поколения», сост. Федотова Т.О., 2013 год) рекламы алкогольной продукции, а именно продукции Кизлярского коньячного завода, с признаками нарушения ч. 2.1 ст. 21 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»), выразившимися в распространении рекламы алкогольной продукции с

содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции вне стационарного торгового объекта, осуществляющего розничную продажу алкогольной продукции, а также вне дегустационного зала такого торгового объекта,

в присутствии законного представителя ООО «Информационная группа» «Ресторанные ведомости» Одинцова Д.А. (приказ о назначении генерального директора № 1 от 09.12.2011),

в отсутствие ООО «Издательство «Эксмо» (о месте и времени рассмотрения дела извещено надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-21-37/77-14 возбуждено в отношении ООО «Информационная группа» «Ресторанные ведомости» на основании обращения ООО «Издательство «Эксмо» (вх. № 43149 от 27.12.2013) по факту распространения в художественном издании (книга «Кухня нового поколения», сост. Федотова Т.О., 2013 год) рекламы алкогольной продукции, а именно продукции Кизлярского коньячного завода, с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции.

Комиссия Московского УФАС России, исследовав материалы дела, оценив доказательства в их совокупности и взаимной связи, установила следующее.

ООО «Информационная группа» «Ресторанные ведомости» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц за основным государственным регистрационным номером 1117746999919, ИНН 7706766576, КПП 770601001.

Согласно материалам дела № 3-21-37/77-14 в художественном издании (книга «Кухня нового поколения», сост. Федотова Т.О., 2013 год) размещена реклама алкогольной продукции, а именно продукции Кизлярского коньячного завода, в том числе: коньяка «Император Всероссийский», коньяка «Багратион», коньяка «Дагестан», коньяка «Кизляр», водки «Кизлярка», бренди «Кизлярский».

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама — информация, распространяемая 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.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Информация, распространенная в книге «Кухня нового поколения», сост.

Федотова Т.О., 2013 год, отвечает всем требованиям рекламы: распространена в художественном издании; адресована неопределенному кругу лиц; направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» объект рекламирования — товар, средство 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.

Согласно пункту 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Спорная информация, размещенная в книге «Кухня нового поколения», сост. Федотова Т.О., 2013 год, направлена на привлечение внимания к алкогольной продукции, производимой Кизлярским коньячным заводом.

На основании изложенного, информация об алкогольной продукции Кизлярского коньячного завода, распространенная в книге «Кухня нового поколения», сост. Федотова Т.О., 2013 год, признана Комиссией Московского УФАС России рекламой.

Размещение рекламы алкогольной продукции Кизлярского коньячного завода в книге «Кухня нового поколения», сост. Федотова Т.О., 2013 год, осуществлялось на основании договора № ИГ/К/2013/ХД-128 от 04.03.2013, заключенного между ООО «Информационная группа» «Ресторанные ведомости» и ООО «Ла Манш».

В соответствии с предметом договора № ИГ/К/2013/ХД-128 от 04.03.2013 ООО «Информационная группа» «Ресторанные ведомости» обязалось по поручению и за счет ООО «Ла Манш» разместить в издаваемой ООО «Информационная группа» «Ресторанные ведомости» книге с рабочим названием «Кухня нового поколения» рекламно-информационные материалы ООО «Ла Манш».

Согласно п. 2.1.1 договора № ИГ/К/2013/ХД-128 от 04.03.2013 ООО «Информационная группа» «Ресторанные ведомости» обязалось разработать, издать и распространить книгу «Кухня нового поколения» неопределенному кругу лиц на территории Российской Федерации и стран СНГ путем: реализации экземпляров через посредников, розничную торговую сеть, через киосковые сети совместно с периодическими изданиями; подписки; почтовой рассылки; интернет-продажи; продажи по образцам, по каталогам, через клубы; путем предоставления доступа к электронной версии книги (для чтения и скачивания) через Интернет и другими способами, разрешенными законодательством Российской Федерации.

Согласно п. 2.1.2 договора № ИГ/К/2013/ХД-128 от 04.03.2013 ООО «Информационная группа» «Ресторанные ведомости» размещает предоставленные ООО «Ла Манш» материалы в книге следующим образом:

логотип на форзацах книги, 1/1 макет на полосе после титула, 2/1 макет на втором развороте после титула, фотографии и краткое описание отдельных позиций ассортиментной линейки (до 7 врезов в рецептах).

Согласно п. 7 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель — лицо осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодателем является лицо, осуществляющее фактическое доведение содержания объекта рекламирования до сведения потребителей.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России установлено, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Информационная группа» «Ресторанные ведомости».

В соответствии с ч. 2.1 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов.

Согласно материалам дела № 3-21-37/77-14 в книге «Кухня нового поколения», сост. Федотова Т.О., 2013 год, размещена реклама алкогольной продукции Кизлярского коньячного завода, в том числе: коньяка «Император Всероссийский», коньяка «Багратион», коньяка «Дагестан», коньяка «Кизляр», коньяка «Лезгинка», водки «Кизлярка», бренди «Кизлярский».

В соответствии с п. 7 ст. 2 Федерального закона от 22 ноября 1995 года № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» (далее — Федеральный закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции») алкогольная продукция - пищевая продукция, которая произведена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции, за исключением пищевой продукции в соответствии с перечнем, установленным Правительством Российской Федерации. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как спиртные напитки (в том числе водка), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

Согласно п. 10 ст. 2 Федерального закона «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» водка - спиртной напиток, который произведен на основе этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и воды, с содержанием этилового спирта от 38 до 56 процентов объема готовой

продукции.

Согласно данным реестра Федеральной службы по регулированию алкогольного рынка в следующей алкогольной продукции (производитель ГУП «Кизлярский коньячный завод»): коньяк «Император Всероссийский», коньяк «Багратион», коньяк «Дагестан», коньяк «Кизляр», коньяк «Лезгинка», бренди «Кизлярский», содержание этилового спирта составляет 40 процентов.

Таким образом, установлено, что в книге «Кухня нового поколения», сост. Федотова Т.О., 2013 год, размещена реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции.

Исходя из условий договора № ИГ/К/2013/ХД-128 от 04.03.2013, ограничений по месту распространения книги «Кухня нового поколения», сост. Федотова Т.О., 2013, Комиссией Московского УФАС России не установлено.

На основании изложенного, Комиссией Московского УФАС России при распространении в книге «Кухня нового поколения», сост. Федотова Т.О., 2013 год, рекламы алкогольной продукции Кизлярского коньячного завода установлено нарушение ч. 2.1 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со ст. 3 Федерального закона «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, является ненадлежащей.

Таким образом, распространение ООО «Информационная группа» «Ресторанные ведомости» рассматриваемой рекламы является ненадлежащим.

ООО «Информационная группа» «Ресторанные ведомости» не представлены документы, свидетельствующие о прекращении распространения рекламы с нарушением ч. 2.1 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Целью выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе помимо пресечения выявленного нарушения является предупреждение аналогичных правонарушений в будущем.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ООО «Информационная группа» «Ресторанные ведомости» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Срок давности привлечения к административной ответственности за вмененное правонарушение установлен частью 1 статьи 4.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях и составляет один год с момента нарушения Федерального закона «О рекламе».

Согласно выходным данным книги «Кухня нового поколения», сост. Федотова Т.О., 2013 год названное художественное издание подписано к печати 18.03.2013.

В соответствии с приложением № 2 от 04.03.2013 к договору № ИК/К/2013/ХД-128 от 04.03.2013 книга «Кухня нового поколения», сост. Федотова Т.О., 2013 год вышла в печать 29.04.2013.

Таким образом, установлено, что возбуждение дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, невозможно.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «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 распространение ООО «Информационная группа» «Ресторанные ведомости» в художественном издании (книга «Кухня нового поколения», сост. Федотова Т.О., 2013 год) рекламы алкогольной продукции Кизлярского коньячного завода ненадлежащим, поскольку при ее распространении нарушены требования части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ООО «Информационная группа» «Ресторанные ведомости» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Не передавать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в связи с истечением сроков привлечения к административной ответственности.

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

Председатель Комиссии (...)

Члены Комиссии (...)

(...)

Исполнитель: тел. 8 (495) 784-75-05 (доб. 111)