Р Е Ш Е Н И Е

03 декабря 2010г. г. Липецк

Резолютивная часть решения объявлена 02 декабря 2010 года

Решение в полном объеме изготовлено 03 декабря 2010 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель: – руководитель управления А.А. Сешенов,

члены комиссии: - зам. руководителя управления Г.И. Жданов,

- государственный инспектор Е.В. Пятых,

- государственный инспектор А.В. Тихомиров,

- специалист-эксперт И.А. Береснев,

- специалист-эксперт А.В. Кудинов,

рассмотрев дело № 91 возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту нарушения ИП Романовской М.В. <...> требований ст.12, ч.3 ст.22 ФЗ «О рекламе»,

в отсутствие представителей:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе — ИП Романовской М.В.,

У С Т А Н О В И Л А:

В городе Липецке у дома № 25 по проспекту Победы на рекламном штендере, а также на фасаде дома № 25 06 октября 2010 года распространялась реклама в которой говорится: «ПИВО НА РОЗЛИВ».

п.1 ст.3 ФЗ «О рекламе» говорит, что 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 и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

ч. 3 ст. 22 ФЗ «О рекламе» говорит, что 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).

Размещение предупреждения о вреде чрезмерного потребления пива и напитков, изготавливаемых на его основе должно служить сдерживающим фактором для покупателей. Предупреждение может иметь различные способы выражения и формулировки. Важно, чтоб смысл его не подвергался сомнению и не воспринимался двояко.

Липецким УФАС России 15.11.2010 г. был сделан запрос информации ИП Романовской М.В., на данный запрос предприниматель представил объяснение, где пояснил, что владельцем рекламного баннера «Пиво на розлив», расположенного по адресу: г. Липецк, пр-т Победы, д.25 является ИП Романовская М.В., договора на изготовление рекламного баннера не сохранилось.

В соответствии со ст.12 ФЗ «О рекламе» рекламные материалы или их копии, в том числе все вносимые в них изменения, а также договоры на производство, размещение и распространение рекламы должны храниться в течение года со дня последнего распространения рекламы или со дня окончания сроков действия таких договоров, кроме документов, в отношении которых законодательством Российской Федерации установлено иное.

Таким образом, как следует из ответа на письменный запрос, предпринимателем копии запрашиваемых документов предъявить в настоящее время не представляется возможным, что нарушает требования законодательства Российской Федерации о рекламе, а также в рекламе «ПИВО НА РОЗЛИВ» отсутствует предупреждение о вреде чрезмерного потребления пива, что нарушает требования ч.3 ст.22 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с указанными выше фактами реклама ИП Романовской М.В. содержит признаки нарушения ст.12, ч.3 ст.22 ФЗ «О рекламе».

01 декабря 2010 года в адрес Управления ФАС России по Липецкой области от ИП Романовской М.В. поступило ходатайство о рассмотрении дела возбужденного по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в её

отсутствие. Данное ходатайство удовлетворено.

Таким образом, при распространении рекламы у ИП Романовской М.В. имелась возможность отказаться от распространения рекламы, либо привести ее в соответствие с требованиями законодательства, однако ИП Романовской М.В. не были приняты все зависящие от неё меры для устранения названного нарушения, что свидетельствует о наличии в её действиях вины.

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

Р Е Ш И Л А:

1. Признать ненадлежащей рекламу ИП Романовской М.В., следующего содержания: «ПИВО НА РОЗЛИВ», поскольку в ней нарушены требования ст.12, ч.3 ст.22 Федерального закона «О рекламе».

2. Не выдавать ИП Романовской М.В. предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Липецкого УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 19.31 КоАП РФ.

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