

## РЕШЕНИЕ

Резолютивная часть решения оглашена «27» февраля 2012 г.

Решение в полном объеме изготовлено «05» марта 2012 г.

г.

Новосибирск

Комиссия Новосибирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: Т.В. Лопаткина – заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы,

члены Комиссии: И.В. Волохина – главный специалист-эксперт отдела рекламы,

И.Р. Носкова – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы,

Е.А. Скоп – специалист-эксперт отдела рекламы,

Е.А. Бессонова – специалист-эксперт отдела рекламы,

рассмотрев дело № 90, возбужденное в отношении Индивидуального предпринимателя Хорошилова Сергея Викторовича, по факту распространения в ноябре 2011 г. на территории г. Новосибирска рекламы пива в бутылках доставки готовых блюд «New York Pizza Бесплатная доставка 20-20-700 круглосуточно», с признаками нарушения:

- ч. 3 ст. 22 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе): 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),

в отсутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ИП Хорошилов С.В. не явился, уведомлен надлежащим образом,

### УСТАНОВИЛА:

Новосибирским УФАС России в ноябре 2011 г. было установлено распространение буклетов доставки готовых блюд «New York Pizza Бесплатная

доставка 20-20-700 круглосуточно».

Согласно ст. 3 Закона о рекламе, 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 или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В указанном буклете содержится информация о блюдах и напитках, которые можно заказать в предприятии общественного питания, действующим под брендом «New York Pizza», указывается интернет-сайт [www.2020700.ru](http://www.2020700.ru) и номер телефона, по которым можно сделать заказ, информация о времени приема заказов и стоимости, информация о стоимости заказа, осуществляемого в различные районы г. Новосибирска и пригорода.

Таким образом, с учетом способа распространения, по своему содержанию данная информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания, формирование или поддержание интереса к объекту рекламирования (ассортиментному перечню блюд и напитков оператора доставки готовых блюд действующего под брендом «New York Pizza»), способствует продвижению его на рынке, то есть в полной мере обладает всеми признаками рекламы.

На последней странице рассматриваемого буклета в разделе «Напитки» приводится информация о предлагаемом ассортименте, в том числе пива, с изображением бутылок рекламируемой продукции, с указанием информации следующего содержания: «Напитки «Eve» 67 р. цена за 0,5 л/ Напитки «Tuborg Green» 67 р. цена за 0,5 л/ Напитки «Carlsberg» 73 р. цена за 0,5 л/Напитки «Балтика №7» 57 р. цена за 0,5 л/.

Согласно ч. 3 ст. 22 закона о рекламе, 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).

В рассматриваемом рекламном буклете отсутствует необходимая предупредительная надпись о вреде чрезмерного употребления пива, которая должно занимать не менее 10% рекламной площади (пространства), что указывает на нарушение ч. 3 ст. 22 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение требований ч. 3 ст.22 Закона о рекламе несет рекламодатель (ст. 38 Закона о рекламе).

В соответствии с п.5 ст.3 Закона о рекламе, рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно Договору на изготовление полиграфической продукции № 3 от 10.01.2010 г. ООО «В-принт» (исполнитель) обязуется выполнить по заданию ИП Хорошилова С.В. (заказчика), а заказчик принимать и оплачивать работу по изготовлению полиграфической продукции в ассортименте, количестве и сроки, согласованные в технических заданиях (заказах), оформленных в виде приложений к данному договору.

Во исполнение указанного договора представлен счет № 608 от 07.09.2011 г. на оплату изготовленных буклетов в размере 14550 шт., Товарная накладная № 691 от 28.09.2011 г., Счет-фактура № 00001133 от 28.09.2011 г., также экземпляры рекламного буклета «Бесплатная доставка 20-20-700».

В соответствии с представленными письменными пояснениями ИП Хорошилова С.В., рассматриваемый рекламный буклет предоставлялся (вкладывался в пакет) клиенту при непосредственном формировании заказа. Причем, при оформлении заказа оператором по телефону клиенту задавался вопрос: «Положить ли Вам наш буклет в заказ?». При устном согласии клиента – такой буклет вкладывался в пакет с заказом. При этом, рассматриваемая информация является рекламной, заранее невозможно определить круг лиц-потребителей данной рекламы, которым она адресована (неопределенный круг лиц).

В иной форме распространение буклетов на территории г. Новосибирска не производилось.

Таким образом, в данном случае, рекламодателем, т.е. лицом определившим объект рекламирования, а также осуществляющим реализацию рекламируемого товара является ИП Хорошилов С.В.

Согласно п.4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации. Ненадлежащая реклама не допускается.

На рассмотрении дела Комиссией Новосибирского УФАС России индивидуальный предприниматель Хорошилов С.В. или его представитель не явился, отзыв не представил.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия, руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» №38-ФЗ от 13 марта 2006г. и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

#### РЕШИЛА:

1. Признать информацию, размещенную на последней странице рекламного буклета «New York Pizza Бесплатная доставка 20-20-700 круглосуточно», в том числе, следующего содержания: «Напитки «Eve» 67 р. цена за 0,5 л/ Напитки «Tuborg Green» 67 р. цена за 0,5 л/ Напитки «Carlsberg» 73 р. цена за 0,5 л/Напитки «Балтика №7» 57 р. цена за 0,5 л/», распространяемую в ноябре 2011 г. на территории г. Новосибирска, ненадлежащей рекламой,

а индивидуального предпринимателя Хорошилова Сергея Викторовича нарушившим требования ч. 3 ст. 22 Закона о рекламе: 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).

2. Выдать ИП Хорошилову С.В. предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

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

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

Председатель Комиссии  
Лопаткина

\_\_\_\_\_ Т.В.

Члены Комиссии  
Волохина

\_\_\_\_\_ И.В.

\_\_\_\_\_ И.Р. Носкова

\_\_\_\_\_ Е.А. Скоп

\_\_\_\_\_ Е.А. Бессонова

ПРЕДПИСАНИЕ  
О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

05 марта 2012 г.

г. Новосибирск

Комиссия Новосибирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: Т.В. Лопаткина – заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы,

члены Комиссии: И.В. Волохина – главный специалист-эксперт отдела рекламы,

И.Р. Носкова – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы,

Е.А. Скоп – специалист-эксперт отдела рекламы,

Е.А. Бессонова – специалист-эксперт отдела рекламы,

на основании своего решения от 01 марта 2012 г. по делу № 90 о признании рекламы пива, размещенной в рекламном буклете «New York Pizza Бесплатная доставка 20-20-700 круглосуточно» в разделе «Напитки», в том числе, следующего содержания: «Напитки «Eve» 67 р. цена за 0,5 л/ Напитки «Tuborg Green» 67 р. цена за 0,5 л/ Напитки «Carlsberg» 73 р. цена за 0,5 л/Напитки «Балтика №7» 57 р. цена за 0,5 л/», распространяемом в ноябре 2011 г. на территории г. Новосибирска, ненадлежащей,

в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Индивидуальному предпринимателю Хорошилову Сергею Викторовичу в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе. Для этого прекратить распространение рекламы с нарушением требований:

- ч. 3 ст. 22 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе): 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), в том числе рекламы следующего содержания:

«Напитки «Eve» 67 р. цена за 0,5 л/ Напитки «Tuborg Green» 67 р. цена за 0,5 л/  
Напитки «Carlsberg» 73 р. цена за 0,5 л/Напитки «Балтика №7» 57 р. цена за 0,5 л/».

2. Индивидуальному предпринимателю Хорошилову Сергею Викторовичу представить в Новосибирское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания, в срок до «15» марта 2012 г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Новосибирское УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф 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.

Председатель Комиссии  
Лопаткина

\_\_\_\_\_ Т.В.

Члены Комиссии  
Волохина

\_\_\_\_\_ И.В.

\_\_\_\_\_ И.Р. Носкова

\_\_\_\_\_ Е.А. Скоп

\_\_\_\_\_ Е.А. Бессонова