

РЕШЕНИЕ

22 сентября 2011 г. г. Липецк

Резолютивная часть решения объявлена 22 сентября 2011 года

Решение в полном объеме изготовлено 22 сентября 2011 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: - государственный инспектор Е.В. Пятых,

- государственный инспектор А.В. Тихомиров,

рассмотрев дело № 81, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту нарушения п.5 ч.2 ст.21, ч.3 ст.22 ФЗ «О рекламе» Обществом с ограниченной ответственностью «ВНИК» <...>,

в присутствии:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе — <...>

УСТАНОВИЛА:

В городе Липецк 26 августа 2011 года по ул. Хорошавина, д.6 распространялась реклама, в которой говорится: «Вино, водка, пиво на розлив». Данная реклама была сфотографирована фотоаппаратом марки «Nikon COOLPIX L10».

30.08.2011 г. в адрес ООО «ВНИК» Липецким УФАС России был направлен запрос о предоставлении информации о рекламодателе указанной рекламы и условиях по размещению указанной рекламы. В ответ директор ООО «ВНИК» <...> предоставил копию технического паспорта на вывеску № В-5217; копию лицензии от 07 августа 2007 г.; копию свидетельства о внесении записи в Единый государственный реестр юридических лиц; копию свидетельства о постановке на учет российской организации в налоговом органе по месту нахождения на территории Российской

Федерации; копию свидетельства о государственной регистрации юридического лица. В сопроводительном письме <директор ООО «ВниК»> пояснил: «в связи с тем, что данная вывеска была изготовлена давно, сопроводительные документы (договор с рекламопроизводителем, платежные документы) на нее утеряны. Макет был предоставлен для размещения в готовом виде».

п.1 ст.3 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006г. «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.

п.2 ст.3 ФЗ «О рекламе» говорит, что объект рекламирования - товар, средства 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.

п.3 ст.3 ФЗ «О рекламе» говорит, что товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006г. «О рекламе» гласит, что реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

Нарушение ООО «ВниК» п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006г. «О рекламе» связано с распространением рекламы алкогольной продукции с использованием рекламной конструкции, расположенной на крыше крыльца входа в магазин «VEDA».

В силу ч.3 ст.22 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006г. «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 данным способом, такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Нарушение ООО «ВниК» ч.3 ст.22 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006г. «О рекламе» связано с распространением рекламы пива с отсутствием обязательной информации в виде предупреждения о вреде его чрезмерного потребления с количеством занимаемой площади для этой информации не менее чем десять процентов. Размещение рекламы пива с обязательным предупреждением о вреде его чрезмерного потребления, с количеством занимаемой площади для этой информации, составляющей не менее чем десять процентов - залог того, что у потребителей данной продукции появится лишняя возможность осознать, что это на самом деле вредит их здоровью и, возможно, зародит у них сомнения в необходимости употребления данной продукции.

Таким образом, реклама алкогольной продукции, реклама пива и напитков,

изготавливаемых на его основе, распространяемая ООО «ВНИК» в городе Липецк 26 августа 2011 года по ул. Хорошавина, д.6 следующего содержания: «Вино, водка, пиво на розлив» не содержит обязательного предупреждения: о вреде чрезмерного потребления пива и напитков, изготавливаемых на их основе, с количеством занимаемой площади для этой информации, составляющей не менее чем десять процентов, нарушает законодательство о рекламе и, соответственно, не выполняет свою основную функцию - внушительное доведение до потребителей информации о вреде их здоровью, в случае употребления вышеуказанной продукции. Реклама алкогольной продукции, распространяемая ООО «ВНИК» с использованием рекламной конструкции, также нарушает законодательство о рекламе.

В соответствии с указанными выше фактами, реклама ООО «ВНИК» содержит признаки нарушения п.5 ч.2 ст.21, ч.3 ст.22 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006г. «О рекламе».

На рассмотрении дела по рекламе № 81 22 сентября 2011 года директор ООО «ВНИК» <...> пояснил, что нарушение законодательства о рекламе произошло из-за его незнания.

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

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу Общества с ограниченной ответственностью «ВНИК» <...>, следующего содержания: «Вино, водка, пиво на розлив» поскольку в ней нарушены требования п.5 ч.2 ст.21, ч.3 ст.22 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ООО «ВНИК» 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 ч.1 ст. 14.3 КоАП РФ.

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

ПРЕДПИСАНИЕ № 81

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

22 сентября 2011 г. г. Липецк

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: - государственный инспектор Е.В. Пятых,

- государственный инспектор А.В. Тихомиров,

на основании своего решения от 22 сентября 2011 г. по делу № 81 о признании ненадлежащей рекламы Общества с ограниченной ответственностью «ВНИК» <...> как лица, определившего объект рекламирования и (или) содержание рекламы, следующего содержания: «Вино, водка, пиво на розлив» поскольку в ней нарушены требования п.5 ч.2 ст.21, ч.3 ст.22 Федерального закона «О рекламе» 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. ООО «ВНИК» в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: прекратить распространение рекламы с нарушением действующего законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. ООО «ВНИК» представить в Липецкое УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 07 октября 2011 г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Липецкое УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 КоАП РФ возбудить дело об административном правонарушении.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке,

предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.