

## РЕШЕНИЕ

17 января 2011 года

г. Нижний Новгород

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

<...>

рассмотрев дело № 1188-ФАС52-Р-5,21-07/11-10, возбужденное в отношении общества с ограниченной ответственностью «Кофебук.1.1» (адрес:...) по признакам нарушения пунктов 5, 6 части 2, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе», в присутствии представителей общества по доверенности от 10.11.2010г.,

### УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления контроля рекламы, распространяемой на территории Нижегородской области, на предмет соответствия требованиям ФЗ «О рекламе», специалисты Нижегородского УФАС России выявили в кафе «МОЛОКОЛЕТО» объемные рекламные листовки типа «стол-тент», установленные на столах кафе, с рекламными сообщениями алкогольной продукции – водки «ERISTOFF».

Рекламные сообщения содержали информацию о том, что водка «ERISTOFF» входит в десятку мировых водочных брендов, что содержит признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, части 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе», в части распространения не соответствующих действительности сведений о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, и отсутствия в рекламе алкогольной продукции предупреждения о вреде её чрезмерного употребления.

Рекламораспространителем данной рекламы является ООО «Кофебук.1.1».

В связи с этим, Нижегородское УФАС России 24 ноября 2010 года вынесло Определение о возбуждении дела по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» в отношении ООО «Кофебук.1.1».

**Заслушав доводы представителя ответчика, исследовав имеющиеся в деле доказательства, комиссия приходит к следующим выводам.**

25 октября 2010 года специалисты Нижегородского УФАС России выявили в кафе «МОЛОКОЛЕТО» объемные рекламные листовки типа «стол-тент», установленные на столах кафе, с размещенными на них рекламными сообщениями следующего содержания: *«ERISTOFF – легендарная премиальная водка, входящая в десятку мировых водочных брендов. .... Закажите 3 порции водки ERISTOFF для компании друзей – получите 3 скретч-карты и выиграйте призы от ERISTOFF...»*.

О выявленном факте специалистами Нижегородского УФАС России составлен Акт №43 от 25.10.2010 г.

Данные сообщения являются рекламой, так как отвечают определению, указанному в пункте 1 статьи 3 ФЗ «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 соответствии с пунктом 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объект *рекламирования* - товар, средство его индивидуализации, 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, пункт 3 этой же статьи определил, что *товар* - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Рекламные сообщения направлены на привлечение внимания неопределенного круга лиц – покупателей к объекту рекламирования - водке «Eristoff», реализуемую в кафе «МОЛОКОЛЕТО», формирование и поддержание интереса к данному товару, и его продвижение на рынке продажи алкогольной продукции – водки. Товаром является водка «Eristoff».

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения, в том числе о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Рекламное сообщение водки «ERISTOFF» содержит утверждение о том, что данная водка входит в десятку мировых водочных брендов.

В своих объяснениях ООО «Кофебук.1.1» сообщило, что вывод о том, что водка «ERISTOFF» занимает девятое место среди международных (мировых) водочных брендов подтверждается представленным письмом Международной исследовательской группой IWSR о проведенном в 2008 году исследовании с использованием определения Международного Водочного Бренда компании Бакарди (Bacardi). По результатам исследования с применением методологии компании IWSR сделан вывод о том, что торговая марка «ERISTOFF» по эффективности бренда занимает 9 место.

Информация о том, на основании чего сделан такой вывод имеется в рекламном сообщении под ссылкой «\*», где указано: *«По данным IWSR 2008»*.

На основании этого Комиссия установила, что информация, указанная в рекламном сообщении о том, что водка «ERISTOFF» *«...на девятое место среди международных (мировых) водочных брендов...»*, является достоверной. Таким образом, нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» в рекламе отсутствует.

В соответствии с частью 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

В ходе рассмотрения дела представитель общества сообщил, что предупреждение имеет место в рекламе, и так как закон не уточняет размер, шрифт и цветное решение данной надписи, то, по мнению ООО «Кофебук.1.1», нарушение части 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе» в данном случае отсутствует.

Комиссия отмечает, что рекламное сообщение водки «ERISTOFF» действительно содержит предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкоголя. Однако данную надпись не возможно прочитать без специальных приспособлений, так как она выполнено узким шрифтом, синим цветом на темно-синем фоне и закрыта полоской из картона для визуального обозрения ввиду особенности конструкции листовки, на которой размещено рекламное сообщение. Полоса из картона полностью закрывает предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкоголя, и потребитель рекламы визуально его не видит. Кроме того,

площадь рекламного пространства, на котором размещено предупреждение о вреде употребления алкоголя составляет менее 10 %, около 6 % от общей площади рекламного пространства, что противоречит требованиям закона о рекламе.

Таким образом, рекламное сообщение водки «ERISTOFF» противоречит требованиям части 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований установленных частью 3 статьи 21 «О рекламе» несет рекламораспространитель.

Согласно пункта 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламораспространителем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Деятельность по оказанию услуг общественного питания в кафе «МОЛОКОЛЕТО» осуществляет ООО «Кофебук.1.1». рекламораспространителем вышеуказанных рекламных сообщений является ООО «Кофебук.1.1».

Таким образом, ООО «Кофебук.1.1.» нарушены требования части 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

В связи с тем, что ненадлежащая реклама в настоящее время не распространяется, Комиссия считает не целесообразным выдавать ООО «Кофебук.1.1» предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», и в соответствии с пунктами 37 – 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17 августа 2006 года № 508, Комиссия

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу водки «ERISTOFF», распространенную ООО «Кофебук.1.1», поскольку она противоречит требованиям части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 21 января 2011 года.

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