## 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-P-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 «MOLOKOLETO» 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 «MOLOKOLETO» 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 «MOLOKOLETO», 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 (Васагаі). По результатам исследования с применением методологии компании IWSRсделан 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 цветовое 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 «MOLOKOLETO» 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.