РЕШЕНИЕ

«2» сентября 2008 года

Комиссия Рязанского УФАС России по рассмотрению дела о нарушении законодательства о рекламе в составе: председатель Комиссии Луканцов В.В., заместитель руководителя, члены Комиссии: Колупаева Е.В., Евсиков А.А. рассмотрев, дело № 117/2008-Р по признакам нарушения законодательства о рекламе по факту нарушения ч. 3 ст. 22 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» при распространении рекламы пива в газете «Совет директоров» от 16.06.2008г. №24, при участии представителей рекламодателя: директора ООО Торговый дом «Барс-2» Мордасова В.В. (протокол собрания участников общества б/н от 02.06.2008г.), Денисовой Е.В. (доверенность б/н от 01.01.2008г.), в присутствии Косенко И.М.; при участии представителей рекламораспространителей: главного редактора газеты «Совет директоров» Иванова А.В., Гусевой И.О. (доверенность б/н, от 25.08.2008г.)

УСТАНОВИЛА:

ООО Торговый дом «Барс-2» осуществляет хозяйственную деятельность на рынке общественного питания. В целях привлечения внимания к своей деятельности указанное общество разместило в газете «Совет директоров» от 16.06.2008 г. №24 информацию «Барская пивница Живое пиво 2007. Собственная пивоварня. Скидка на кухню и Бар с 12:00 до 15:00-10%. Бильярд клуб». Указанная информация является рекламой, так как отвечает критериям рекламы, предусмотренным п.1 ст.3 ФЗ «О рекламе». В силу изложенного ООО Торговый дом «Барс-2» является рекламодателем данной рекламы. Производство и распространение рекламы осуществлялось на основании договора на предоставление рекламно-информационных услуг от 15.05.2008г. заключенного между ООО Торговый дом «Барс-2» и ООО «Умка» №363, являющимся рекламопроизводителем и рекламораспространителем. В ходе рассмотрения настоящего дела ООО «Умка» было представлено документальное подтверждение согласования содержания рекламы с рекламодателем до ее обнародования.

Рассматриваемая реклама, размещенная на стр. 29 газеты «Совет директоров» от 16.06.2008г. №24, направлена на привлечение внимания потребителей рекламы к услугам, оказываемым рекламодателем (бильярд-клуб, прямая трансляция матчей) ценам и скидкам, предоставляемым потребителям. Внимание потребителей обращено на то обстоятельство, что рекламодатель имеет собственную пивоварню; указаны адреса и контактные телефоны.

Кроме того, в правом верхнем углу изображена эмблема, содержащая, в частности, стилизованное изображение пивной кружки и текст «Живое пиво».

Таким образом, указанная реклама воспринимается потребителем, в том числе и как реклама пива.

В соответствии с ч.3 ст.22 ФЗ «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, рекламе распространяемой в печатных изданиях должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Указанное предупреждение в рассматриваемой рекламе отсутствует.

Следует отметить, что во исполнение п. «д» ч. 40 «Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе» комиссией было принято решение о переквалификации нарушения законодательства «О рекламе», в силу того, что запись о признаках нарушения ч.3 ст.21 ФЗ «О рекламе» появилась в определении о возбуждении дела в силу технической ошибки.

Рекламодателем был представлен отзыв от 27.08.2008 г. №97 на определение управления от 25.08.2008 г. №117/2008-Р. Из содержания отзыва следует, что ООО Торговый дом «Барс-2» не признает факт нарушения законодательства и заявляет, что рассматриваемая реклама не рекламирует алкогольную продукцию.

Таким образом, из содержания отзыва следует, что рекламодатель не видит отличия в правовом регулировании рекламы пива и алкогольной продукции.

В ходе рассмотрения дела представители рекламодателя заявили, что указанная реклама не является рекламой пива. Комиссия отклонила доводы ООО Торговый дом «Барс-2» в силу очевидности рекламной направленности текста «Живое пиво». Аналогичное решение было принято комиссией и в отношении доводов рекламораспространителя.

На основании изложенного и руководствуясь частью 2 пункта 2 статьи 33, частью 1 статьи 36

Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 36-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу «Барская пивница Живое пиво 2007. Собственная пивоварня. Скидка на кухню и Бар с 12:00 до 15:00-10%. Бильярд клуб» ООО Торговый дом «Барс-2», распространяемую на стр. 29 газеты «Совет директоров» от 16.06.2008 г. № 24 поскольку в ней нарушены требования ч. 3 ст. 22 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».
2. В связи с прекращением распространения ненадлежащей рекламы предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Рязанского УФАС России для возбуждения дел об административных правонарушениях, предусмотренных статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении рекламодателя и рекламораспространителя.

Решение изготовлено в полном объеме «9» сентября 2008г. Решение может быть обжаловано в Арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.