

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 072

«17» мая 2011 года

г. Красноярск

Резолютивная часть решения оглашена 12.05.2011.

В полном объеме решение изготовлено 17.05.2011.

Комиссия Красноярского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председатель Комиссии – заместитель руководителя управления-начальник аналитического отдела - Харченко О.П., члены Комиссии: Чуракова О.А. – главный специалист-эксперт, Степанова В.С. – специалист-эксперт, рассмотрев дело № 072 в отношении ИП Шелкович Е.А., возбужденное по признакам нарушения ИП Шелкович Е.А. законодательства Российской Федерации о рекламе, в присутствии представителя ИП Шелкович Е.А. по доверенности,

УСТАНОВИЛА:

В ходе мониторинга наружной рекламы на предмет соблюдения требований Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе») 11.03.2011 сотрудниками Красноярского УФАС России было выявлено распространение рекламы пива следующего содержания: «Холодный квас Свежее пиво Большой ассортимент закусок к пиву Всё для пикника лимонад прохладительные напитки Веселись и отдыхай» (реклама распространяется на фасаде торгового павильона, расположенного напротив дома, находящегося по адресу: г.Красноярск, ул.Тотмина, 20) (далее – Реклама). Также в Рекламе изображен бокал пива KRIGEL рядом с компанией из пятерых людей.

В соответствии с частью 3 статьи 22 Федерального закона «О рекламе» реклама пива, в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде его чрезмерного потребления. 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).

Реклама пива, реализуемого ИП Шелкович Е.А., не содержит предусмотренного Федеральным законом «О рекламе» предупреждения о вреде чрезмерного потребления пива.

В соответствии с пунктом 6 части 1 статьи 22 Федерального закона «О рекламе» реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

Реклама пива, реализуемого ИП Шелкович Е.А., содержит изображение пятерых людей.

Таким образом, рассматриваемая Реклама содержит признаки нарушения требований пункта 6 части 1 и части 3 статьи 22 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 6 части 1 и частью 3 статьи 22 Федерального закона «О рекламе», несет рекламодатель-распространитель.

На основании изложенного Красноярским УФАС России было принято решение о возбуждении в отношении ИП Шелкович Е.А. дела № 072 по признакам нарушения требований пункта 6 части 1 и части 3 статьи 22 Федерального закона «О рекламе». В ходе рассмотрения дела представителем ИП Шелкович Е.А. по доверенности были представлены пояснения о том, что торговая точка (павильон), расположенная по адресу: г. Красноярск, ул. Тотмина, 13, специализируется на продаже пива и содержащих его напитков, а также продукции для проведения пикников, таких как шампура, уголь, одноразовая посуда. На фасаде павильона расположены два баннера, разделенные окном. На одном из них присутствует изображение людей, которые отдыхают на природе, устроив пикник. Изображения пива на указанном баннере нет. На втором баннере, который располагается также на фасаде павильона, изображены кружка пива и кваса, образ людей на баннере не применен.

В ходе рассмотрения дела № 072 и анализа представленных материалов Комиссия Красноярского УФАС России установила следующее.

На конструкции, размещенной на фасаде торгового павильона, расположенного по адресу: г. Красноярск, ул. Тотмина, 13, распространялась информация следующего содержания: «Холодный квас Свежее пиво Большой ассортимент закусок к пиву Всё для пикника лимонад прохладительные напитки Веселись и отдыхай », при этом Реклама разделена на 3 рекламных пространства окнами, образы людей используются в рекламном пространстве, отведенном для рекламы товаров для проведения пикников, таких как шампура, уголь, одноразовая посуда. Рекламное пространство, отведенное для рекламы пива, образов людей не содержит.

Согласно Федеральному закону от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «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 Рекламе изображены стакан и кружка с пивом, на которых изображена торговая марка Krigel.

Указанная информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к пиву Krigel, формирование и поддержание интереса к нему, и его продвижение на рынке.

На основании вышеизложенного Комиссия Красноярского УФАС России установила, что указанная Реклама является рекламой пива Krigel.

В соответствии с частью 3 статьи 22 Федерального закона «О рекламе» реклама пива, в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде его чрезмерного потребления. 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).

Реклама пива, реализуемого ИП Шелкович Е.А., не содержит предусмотренного Федеральным законом «О рекламе» предупреждения о вреде чрезмерного потребления пива.

Таким образом, рассматриваемая Реклама нарушает требования части 3 статьи 22 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 3 статьи 22 Федерального закона «О рекламе», несет рекламодатель.

В силу статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодателем рассматриваемой Рекламы является ИП Шелкович Е.А.

На момент рассмотрения дела доказательств устранения совершенного правонарушения Комиссии Красноярского УФАС России представлено не было. На основании изложенного, руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального Закона №38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42, 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей Рекламу пива торговой марки Krigel, распространяемую ИП Шелкович Е.А., поскольку в ней нарушены требования части 3 статьи 22 Федерального закона «О рекламе».
2. Выдать ИП Шелкович Е.А. предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Красноярского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 КоАП РФ. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии О.П. Харченко

Члены Комиссии О.А. Чуракова

В.С. Степанова

Степанова Варвара Сергеевна (391) 265-02-19

Чуракова Ольга Анатольевна (391) 211-18-30

ИП Е.А. Шелкович

ПРЕДПИСАНИЕ № 072 О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

«17» мая 2011 года

г. Красноярск

Комиссия Красноярского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председатель Комиссии - Харченко О.П., заместитель руководителя управления – начальник аналитического отдела, члены Комиссии: О.А. Чуракова, В.С. Степанова, на основании своего

решения от 17 мая 2011 года по делу № 072 о признании ненадлежащей рекламы пива, распространяемой ИП Шелкович Е.А., в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального Закона №38-ФЗ «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП Шелкович Е.А. в пятнадцатидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: исключить распространение рекламы пива, нарушающей требования части 3 статьи 22 Федерального закона «О рекламе» следующего содержания: «Холодный квас Свежее пиво Большой ассортимент закусок к пиву Всё для пикника лимонад прохладительные напитки Веселись и отдыхай», или привести рассматриваемую рекламу в соответствие с требованиями части 3 статьи 22 Федерального закона «О рекламе».

2. ИП Шелкович Е.А. представить в пятидневный срок с момента исполнения пункта 1 настоящего предписания в адрес управления доказательства прекращения нарушения законодательства о рекламе.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Красноярское УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от пяти тысяч до десяти тысяч рублей; на юридических лиц – от двухсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии О.П. Харченко

Члены Комиссии О.А. Чуракова

В.С. Степанова

- [reshenie_i_predpisanie_ip_shelkovich_e_a_fasad.doc](#)