

**Решение комиссии Тверского УФАС России по делу № 06-6/44-2009 в отношении
ООО «Ритм-2000» о нарушении части 3 статьи 21 и части 3 статьи 22 Федерального
закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».**

28 мая 2009 г. г. Тверь

Решение изготовлено в полном объеме 29 мая 2009 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тверской области (далее - Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии - Демина И.С., руководитель управления;

члены Комиссии:

Фомин В.М., заместитель руководителя – начальник отдела контроля размещения государственного заказа;

Воронина Г.А., начальник отдела рекламы;

рассмотрев дело № 06-6/44-2009 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в магазине «Тверской купец» (г.Тверь, ул.Можайского, д.61) листовок «Тверской купец. На пикник. С 25 апреля по 31 мая» и плаката с аналогичным содержанием с рекламой пива «Ячменный колос» и «Стим бир», а также вина «Мускат Отонел» без предупреждения о вреде чрезмерного употребления алкогольных напитков и пива, в присутствии представителя ООО «Ритм-2000» Зацарина С.Н. (доверенность от 01.01.2009 № 7/ЮР)

УСТАНОВИЛА:

В магазине «Тверской купец» на ул.Можайского, д.61 25 апреля 2009 г. выявлено распространение рекламных листовок «Тверской купец. На пикник. С 25 апреля по 31 мая» (с указанием адресов еще трех магазинов, участвующих в акции), содержащих признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон). Листовка рекламирует различную продукцию, реализуемую в магазине, в том числе 3 рекламных блока посвящены рекламе пива «Ячменный колос» и «Стим бир» (2 блока) и вина «Мускат Отонел» (1 блок).

Кроме того, на внутренней стеклянной двери названного магазина размещен двухсторонний плакат аналогичного содержания.

Согласно статье 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон) реклама - это 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.

Согласно части 3 статьи 21 Закона 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).

Согласно части 3 статьи 22 Закона 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 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). В рассматриваемой рекламе (листовки и плакат) отсутствуют предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции и пива, что является нарушением части 3 статьи 21 и части 3 статьи 22 Закона.

Согласно статье 38 Закона ответственность за вышеназванные нарушения несут рекламодатель и рекламораспространитель, а также рекламопроизводитель, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Из материалов дела следует, что между ООО «Ритм-2000» и ООО «Пульс АРТ» (г.Тверь, ул.Вагжанова, 14, оф.604) заключен договор о сотрудничестве от 24.02.2009, согласно которому ООО «Пульс АРТ» должен изготовить печатные материалы по макету ООО «Ритм-2000».

Таким образом, рекламодателем названной рекламы является ООО «Ритм-2000», рекламопроизводителем – ООО «Пульс АРТ». Рекламораспространителем также является ООО «Ритм-2000».

Присутствующий на заседании представитель ООО «Ритм-2000» представил на рассмотрение Комиссии плакат в измененном виде, содержащий предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкоголя и пива. Тем самым устранено нарушение рекламного законодательства на размещенных плакатах.

Устранить нарушение на листовках не представляется возможным в связи с тем, что они разобраны покупателями.

Срок рекламной акции, в рамках которой допущены вышеназванные нарушения, истекает 31.05.2009.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 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, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу ООО «Ритм-2000», распространявшуюся в магазине «Тверской купец» (г.Тверь, ул.Можайского, д.61) с 25 апреля 2009 г. в рамках акции «Тверской купец. На пикник. С 25 апреля по 31 мая», ненадлежащей, поскольку нарушены часть 3 статьи 21 и часть 3 статьи 22 Федерального закона «О рекламе».

2. Предписание об устранении нарушения рекламного законодательства ООО «Ритм-2000» не выдавать в связи с устранением нарушения в добровольном порядке до рассмотрения настоящего дела по существу.

3. Передать материалы дела № 06-6/44-2009 уполномоченному должностному лицу Тверского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии
И.С.Демина

Члены Комиссии

В.М.Фомин

Г.А. Воронина