

## РЕШЕНИЕ

«15» февраля 2010 г. г. Брянск

Комиссия Брянского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:  
председатель Комиссии:

Рогачев В.С. – руководитель Брянского УФАС России,  
члены Комиссии:

Семенцова О.И. – зам. начальника отдела естественных монополий и рекламы,

Исакова Е.А. – ведущий специалист-эксперт отдела товарных и финансовых рынков,

рассмотрев дело № 21 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы пива без пометки о вреде чрезмерного его потребления, в которой выявлены признаки нарушения ч.3 ст. 22 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе", а также рекламы стимулирующего мероприятия, не соответствующей требованиям ст. 9 указанного закона

в присутствии лица (уведомленного надлежащим образом) – в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, ООО «Альма» в лице генерального директора ...

### УСТАНОВИЛА:

На интернет-сайте [www.yansk.ru](http://www.yansk.ru) в лице ООО «Альма» 03 февраля 2010г. была размещена медийная реклама со всплывающими окнами пивного ресторана «Бирхофф» следующего содержания:

«ПИВНОЙ РЕСТОРАН БИРХОФФ

КОРОЛЕВСКИЙ ФЕСТИВАЛЬ ЧЕШСКОГО ПИВА

КУПИ С 21 ЯНВАРЯ ПО 07 ФЕВРАЛЯ

1 ЛИТР ФЕСТИВАЛЬНОГО ПИВА «KRUSOVICE»

И ПОЛУЧИ ПИВНУЮ КРУЖКУ, ФЛЕШ НАКОПИТЕЛЬ, ЭКСКЛЮЗИВНУЮ РУЧКУ

ИЛИ ПРИГЛАШЕНИЕ НА ФИНАЛЬНУЮ ВЕЧЕРИНКУ...».

Вместе с этим, размещены изображение бокала с пивом и фирменная эмблема пива «KRUSOVICE».

Данные изображения доступны для обозрения неограниченному кругу лиц, в том числе несовершеннолетним, способствуют формированию интереса к алкогольной продукции, способствуют продвижению его на рынке, следовательно, являются рекламой алкоголя.

В рассматриваемой рекламной информации отсутствует предупреждение о вреде чрезмерного потребления пива, тем самым не соответствуя требованиям ч. 3. ст. 22 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13 марта 2006 года, в соответствии с которой 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 сем десять процентов рекламной площади (пространства).

Также в данной рекламе сообщается о проведении акции, условием участия в которой является приобретение одного литра пива. Согласно ст. 9 указанного закона в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должны быть указаны:

1. сроки проведения такого мероприятия;

2. источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения. В данной рекламе не указаны количество призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроки, место и порядок их получения, тем самым не соответствуя требованиям ст. 9 . ФЗ «О рекламе».

В соответствии со ст. 3 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ 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; объект рекламирования - товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие.

Согласно статье 33 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе" антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе: предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе. Ненадлежащей признается реклама, в которой допущены нарушения требований к ее содержанию, времени, месту и способу распространения, установленных законодательством Российской Федерации в силу ст. 2 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со ст. 3 указанного закона рекламораспространителем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств. Согласно материалам дела № 21 рекламораспространителем данной рекламы является интернет-сайт [www.yansk.ru](http://www.yansk.ru) в лице ООО «Альма». В соответствии с ч. 7 ст. 38 указанного закона ответственность за данное нарушение несет рекламораспространитель.

До рассмотрения дела ген. директор ООО «Альма» ... представил объяснение, что данное нарушение совершено по неосторожности. Вследствие технических неполадок на сайте [www.yansk.ru](http://www.yansk.ru) был ошибочно размещен несогласованный неутвержденный недоработанный макет баннера с информацией пивного ресторана «Бирхофф». Пояснить каким образом данное действие могло иметь место ... не смог. Данная реклама с сайта [www.yansk.ru](http://www.yansk.ru) была удалена.

Руководствуясь п. 1 части 2 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, Комиссия

### РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу пивного ресторана «Бирхофф», размещенную на сайте [www.yansk.ru](http://www.yansk.ru), поскольку в ней нарушены требования ч. 3 ст. 22 и ст. 9 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «Альма» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Возбудить дело об административном правонарушении, предусмотренное ст. 14.3. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ООО «Альма».

Решение изготовлено в полном объеме "15" февраля 2010 г.

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

Председатель Комиссии: В.С.Рогачев  
Члены Комиссии: Е.А.Исакова  
О.И.Семенцова

ПРЕДПИСАНИЕ  
О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

"15" февраля 2010г. г.Брянск

Комиссия Брянского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:  
председатель Комиссии:

Рогачев В.С. – руководитель Брянского УФАС России,

члены Комиссии:

Семенцова О.И. – зам. начальника отдела естественных монополий и рекламы,

Исакова Е.А. – ведущий специалист-эксперт отдела товарных и финансовых рынков

на основании своего решения от "15" февраля 2010г. по делу № 21 о признании ненадлежащей рекламы пивного бара «Бирхофф», размещенной на интернет-сайте [www.yansk.ru](http://www.yansk.ru) в лице ООО «Альма»

в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО «Альма», в десятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: привести рекламную информацию, размещенную на интернет-сайте [www.yansk.ru](http://www.yansk.ru) в соответствие с ч.3 ст. 22 и ст. 9 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

2. ООО «Альма» представить в Брянское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до «01» марта 2010г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Брянское УФАС России вправе в соответствии с частью 2 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

(в ред. Федерального закона от 22.06.2007 N 116-ФЗ).

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

Председатель Комиссии В.С.Рогачев  
Члены Комиссии: О.И. Семенцова  
Е.А.Исакова