

РЕШЕНИЕ

«07» октября 2010 год

г. Ханты-Мансийск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Ханты-Мансийскому автономному округу – Югре по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председателя Комиссии:

<...> – <...>

Членов Комиссии:

<...> – <...>

<...> – <...>

рассмотрев дело № 02-21-250/2010 по признакам нарушения части 3 статьи 21, части 3 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» распространяемой ООО «Душа Сибири»,

в присутствии директора ООО «Душа Сибири»<...>, действующего на основании Устава ООО «Душа Сибири», утвержденного общим собранием учредителей (участников) Протокол от 22.01.2010г.,

УСТАНОВИЛА:

В соответствии с пунктом 1 части 1 статьи 33 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», специалистами Ханты-Мансийского УФАС России в ходе осуществления государственного контроля за соблюдением требований рекламного законодательства выявлено, что 14 сентября 2010г. по адресу: г.Ханты-Мансийск, ул. Дунина – Горкавича 13, распространялась реклама на рекламном буклете следующего содержания: «Душа Сибири более 30 сортов разливного пива, наш адрес: Ледовая 7, телефон доставки: 90-31-31»

- В соответствии с требованиями части 3 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»,

- реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде чрезмерного потреблении пива и напитков, изготавливаемых на его основе, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади.

В данной рекламе такое предупреждение отсутствует.

Таким образом, в рекламе ООО «Душа Сибири» имеются признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно части 3 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

В ходе рассмотрения дела, Комиссией Ханты-Мансийского УФАС России установлено:

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 «О рекламе», объектом рекламирования является товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игр, пари), на привлечения внимания к которым направлена реклама.

Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, распространяемая на рекламном буклете, следующего содержания: «ДУША СИБИРИ БОЛЕЕ 30 СОРТОВ РАЗЛИВНОГО ПИВА НАШ АДРЕС: ЛЕДОВАЯ 7, ТЕЛЕФОН ДОСТАВКИ: 90-31-31», - полностью соответствует понятию рекламы, данном в статье 3 Закона о рекламе и является рекламой.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» рекламой признается информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования и, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

При рассмотрении дела, директор ООО «Душа Сибири» Ганин О.В. признал нарушения рекламного законодательства и пояснил, что листовки с содержанием, не имеющим предупреждения граждан о чрезмерном употреблении пива изготовлены им и в рассылку попали случайно, из старой партии рекламных буклетов. При обнаружении ошибки были изъяты из распространения. В настоящее время буклеты соответствуют требованиям законодательства о рекламе.

Согласно пункту 4 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе, ненадлежащей рекламой признается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Таким образом, реклама, размещенная на рекламном буклете, следующего содержания: «ДУША СИБИРИ БОЛЕЕ 30 СОРТОВ РАЗЛИВНОГО ПИВА НАШ АДРЕС: ЛЕДОВАЯ 7, ТЕЛЕФОН ДОСТАВКИ: 90-31-31» - размещена с нарушением требований части 3 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и является ненадлежащей рекламой.

В виду устранения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе до рассмотрения дела, комиссия решила предписание об устранении нарушения законодательства о рекламе - не выдавать.

Руководствуясь статьей 33, частью 1 статьи 36, частями 4, 7 статьи 38 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-43, 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛ:

1. Признать рекламу на рекламных буклетах, распространяемых по адресу: ул. Дунина-Горкавича №13, г. Ханты-Мансийск следующего содержания: «ДУША СИБИРИ БОЛЕЕ 30 СОРТОВ РАЗЛИВНОГО ПИВА НАШ АДРЕС: ЛЕДОВАЯ 7, ТЕЛЕФОН ДОСТАВКИ: 90-31-31» - ненадлежащей ввиду ее несоответствия части 3 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Признать рекламодача – директора ООО «Душа Сибири»<...>, нарушившим требования части 3 статьи 21, части 3 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Ханты-Мансийского 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.