

## Решение по делу № 08-176-38/2011

г. Элиста

Резолютивная часть решения оглашена 06 октября 2011 г.

В полном объеме решение изготовлено 18 октября 2011 г.

Комиссия Калмыцкого УФАС России (далее - Комиссия) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:  
председатель Комиссии: <<...>> – руководитель Калмыцкого УФАС России,  
члены Комиссии: <<...>> – старший государственный инспектор Калмыцкого УФАС России,

<<...>> – специалист 1 разряда Калмыцкого УФАС России.

рассмотрев дело № 08-176-38/2011 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в рекламно-информационной газете «Реклама - Элиста» (№ 18 от 15.06.2011 г.) рекламы: «Пивной бар "Carlsberg" Живое пиво, Шашлык, Холодные закуски, проведение банкетов, прямые трансляции НТВ+, Мы ждем Вас ежедневно с 17.00 до 04.00 по адресу: ул.Ленина,315 (бывш. Долина Роз) тел.89374600032, 89093990730». С лева от текста рекламы изображение бокала пива с товарным знаком "Carlsberg", содержащие признаки нарушения части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

в присутствии представителей:

лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – Индивидуальный предприниматель «...».

### УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного контроля и надзора за соблюдением законодательства о рекламе Калмыцким УФАС России была отслежена реклама в рекламно-информационной газете «Реклама - Элиста» (№ 18 от 15.06.2011 г.) рекламы: «Пивной бар "Carlsberg" Живое пиво, Шашлык, Холодные закуски, проведение банкетов, прямые трансляции НТВ+, Мы ждем Вас ежедневно с 17.00 до 04.00 по адресу: ул.Ленина,315 (бывш. Долина Роз) тел.89374600032, 89093990730». С лева от текста рекламы изображение бокала пива с товарным знаком "Carlsberg", с признаками нарушения части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

В силу части 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) реклама – информация, распространенная любым способом, в любой сфере 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 пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе, объект рекламирования – 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 игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Согласно пункту 3 статьи 3 Закона о рекламе товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга) предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Указанная реклама направлена на привлечение внимания к объекту

рекламирования: об услугах пивного бара.

В соответствии с частью 3 статьи 21 Закона о рекламе, 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).

В соответствии с частью 11 статьи 5 Закона о рекламе при производстве, распространении и размещении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации о рекламе.

Указанная выше реклама пивного бара с изображением единицы продукции пива не содержит предупреждения о вреде чрезмерного потребления пива.

Следовательно, указанная выше реклама распространяется с нарушением требований части 3 статьи 21 Закона о рекламе.

27 сентября 2011 года Определением о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе назначена дата рассмотрения дела № 08-176-38/2011 на 06 октября 2011 года в 11 часов 00 минут (исх. № 08/1631 от 27.09.2011 г.), лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, было своевременно уведомлено о том, что необходимо явиться в Управление для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

06 октября 2011 года состоялось рассмотрение дела № 08-176-38/2011 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На рассмотрении дела № 08-176-38/2011 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе индивидуальный предприниматель «...» явилась и представила письменные объяснения по факту, послужившим основанием для возбуждения дела.

Из письменных объяснений следует, что: я, «...», являюсь главным редактором газеты «Реклама-Элиста» и несу ответственность за внешний вид рекламы, но за содержание рекламы газета ответственности не несет. ИП «...» заказала рекламу в нашей газете и предоставила уже готовый макет рекламного модуля, который ранее на протяжении длительного времени выпускался в том же формате в газете «Все для Вас». Прошу Вас проявить снисходительность ввиду того, что я не имею большого опыта в сфере рекламы. Впредь постараюсь не нарушать законодательство о рекламе».

Индивидуальный предприниматель «...» в качестве доказательства о прекращении нарушения законодательства о рекламе предоставила номер газеты (№24(24) от 27.07.2011 г.) с исправленным макетом рекламы пивного бара «Carlsberg».

Комиссия исследовав материалы дела № 08-176-38/2011, а также выслушав устные и письменные пояснения лиц, участвующих в деле, пришла к выводу о наличии в действиях индивидуального предпринимателя «...» состава нарушения статьи 8 Закона о рекламе.

Данная реклама распространялась индивидуальным предпринимателем «...» (далее – ИП «...») на основании договора № 15 от 15.02.2011 года (далее - Договор), заключенного с ООО «Элис Фудс» в лице генерального директора «...».

В соответствии с пунктом 1 Договора ИП «...» принимает на себя изготовление и размещение рекламы представленного ООО «Элис Фудс» в лице генерального директора «...».

Согласно части 3 статьи 21 Закона о рекламе, 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).

В нарушении указанной нормы закона в рекламе «Пивной бар "Carlsberg" Живое пиво, Шашлык, Холодные закуски, проведение банкетов, прямые трансляции НТВ+, Мы ждем Вас ежедневно с 17.00 до 04.00 по адресу: ул.Ленина,315 (бывш. Долина Роз) тел.89374600032, 89093990730». С лева от текста рекламы изображение бокала пива с товарным знаком "Carlsberg" не содержит предупреждения о вреде чрезмерного потребления, что нарушает требования, предусмотренные частью 3 статьи 21 Закона о рекламе.

В соответствии со статьей 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных частью 3 статьей 21 Закона о рекламе несет – рекламодатель.

В силу статьи 3 Закона о рекламе рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Исходя из вышеизложенного следует, что ИП «...», распространив рекламные материалы несоответствующие требованиям Закона о рекламе является рекламодателем.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе ненадлежащая реклама – это реклама не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Таким образом, реклама ИП «...» реклама пивного бара "Carlsberg" признается ненадлежащей, так как нарушает требования предусмотренные частью 3 статьей 21 Закона о рекламе, ответственность за данное правонарушение предусмотрено статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) нарушение рекламой, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе.

- влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц – от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 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 «Пивной бар "Carlsberg" Живое пиво, Шашлык, Холодные закуски, проведение банкетов, прямые трансляции НТВ+, Мы ждем Вас ежедневно с 17.00 до 04.00 по адресу: ул. Ленина,315 (бывш. Долина Роз) тел.89374600032, 89093990730». С лева от текста рекламы изображение бокала пива с товарным знаком "Carlsberg" распространяемую в рекламно-информационной газете «Реклама - Элиста» (№ 18 от 15.06.2011г.) поскольку в ней нарушены требования части 3 статьи 21 Закона о рекламе.
2. Признать ИП «...» нарушившей часть 3 статьи 21 Закона о рекламе.
3. Предписание ИП «...» не выдавать в связи с добровольным устранением нарушения законодательства о рекламе.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Калмыцкого УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «18» октября 2011 г.  
Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке,  
предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса  
Российской Федерации.

Председатель Комиссии <<...>>

Члены Комиссии <<...>>

<<...>>