

## РЕШЕНИЕ

по делу № 10-03-22-02 / 402

"16" декабря 2010 г. г. Волгоград

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, рассмотрев дело № 10-03-22-02/402 по признакам нарушения ч.ч. 2-3 ст. 22 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ (ФЗ «О рекламе»), возбуждённое в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Фордеа» (ООО «Фордеа») в связи с распространением в эфире радио «Апрель» (г. Михайловка) рекламы пива с нарушением требований, установленных законодательством о рекламе,

представитель лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «Фордеа», не явился, уведомлен надлежащим образом (почтовое уведомление о вручении 29.11.2010г. № 40000528123081),

### УСТАНОВИЛА:

21 июня 2010г. в Волгоградское УФАС России поступила информация о том, что в эфире радиостанции «Апрель» (г. Михайловка Волгоградской области) с 11 июня 2010г. выходит реклама пива местного магазина в дневное время и без сопровождения предупреждением о вреде чрезмерного употребления пива. Исходя из содержания письма (вх. № 4848), направленного ООО «Фордеа» - держателем лицензии на осуществление радиовещание в ответ на запрос Управления в эфире радио «Апрель» транслировался рекламный ролик пивного дома «Бирхаус». В письме указано на то, что при изготовлении и размещении рекламы в эфире радиостанции были соблюдены все требования рекламного законодательства, ролик не содержит рекламу пива определенных марок, а также призывов к употреблению пива.

Комиссия, рассмотрев представленные в Управление документы, выслушав доводы и возражения сторон, установила следующее.

Общество с ограниченной ответственностью «Фордеа» (ООО «Фордеа») действует на основании Устава, утвержденного общим собранием учредителей 18.12.2009г.

...

ООО «Фордель» - учредитель СМИ «Радио Апрель», свидетельство о регистрации СМИ Эл № .. от..., выдано Нижнее-Волжским управлением Федеральной службы по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия.

26 мая 2010г. между ООО «Фордеа» и ИП Страховым Александром Геннадиевичем был подписан договор на рекламу продукции /услуг № 39/05-10. Согласно условиям договора Рекламодатель (ИП Страхов А.Г.) поручает, а Рекламист (ООО «Фордеа») обязуется оказать услуги по изготовлению и размещению рекламных роликов в эфире радиостанции «Апрель» (FM 102,4) в объёме и на условиях, предусмотренных договором.

Рекламодатель утверждает образцы работ по рекламе (п. 2.2., п. 3.2. договора), реклама размещается по согласованию с Рекламодателем (п. 2.4. договора). В соответствии с протоколом соглашения о цене № 1 к данному договору Сторонами согласовано 210 выходов в эфир роликов продолжительностью 16 секунд в период 28.05.2010г. – 27.06.2010г.

Согласно медиа-плану рекламной кампании (заказчик «Бирхаус») на радио

«Апрель» (г. Михайловка Волгоградской области) время выхода рекламного ролика в мае - июне 2010г. составило с 8 ч 20 мин по 19 ч 50 мин (7 роликов в день, 217 трансляций, 3472 секунд всего).

ООО «Фордеа» в адрес Управления предоставлен диск с записью рекламных роликов, выходявших в эфир в июне 2010г.

Рекламный ролик «Бирхаус» содержит следующую информацию:

1. /Женский голос/ «Пивной дом «Бирхаус» на Объездной, напротив минимаркета «Мария». Около двадцати сортов различного пива из кег, пиво живое, квас натурального брожения, рыба на любой вкус. Пивной дом «Бирхаус».

2. /Женский голос/ «Пивной дом «Бирхаус» на Объездной, напротив минимаркета «Мария». Около двадцати сортов различного пива из кег, пиво живое, квас натурального брожения, рыба на любой вкус. Пивной дом «Бирхаус» Только с 28 по 30 мая Вы можете стать обладателем дисконтной карты Бирхаус» «Пивной дом «Бирхаус» на Объездной, напротив минимаркета «Мария».

Согласно заявления исполнительного директора ООО «Фордеа» Тимощенко Д.В. (доверенность № 06-0110 от 21.01.2010г.) при трансляции рекламных роликов пивного дома «Бирхаус» были соблюдены требования ч. 3 ст. 22 ФЗ «О рекламе» в части необходимости сопровождения такого рода рекламы предупреждением о вреде чрезмерного употребления пива. ООО «Фордеа» предоставило в доказательство данного утверждения диск с соответствующей записью (см. письмо от 03.08.2010г., вх. № 4848).

ИП Страховым А.Г. были оплачены 16 секунд рекламного ролика (210 выходов, см. протокол соглашения о цене от 26.05.2010г. № 1 к договору № 39/05-10 от 26.05.2010г., квитанции об оплате от 21.06.2010, от 28.05.2010г.) Как пояснил исполнительный директор ООО «Фордеа», рекламодатель оплатил лишь рекламный текст ролика, обязательства по обеспечению включения в состав роликов предупредительной вставки о вреде чрезмерного употребления пива взял на себя в полном объеме рекламораспространитель.

Так же, на заседании Комиссии исполнительный директор ООО «Фордеа» (доверенность № 06-0110 от 21.01.2010г.) подтвердил, что рассматриваемые рекламные ролики выходили согласно медиа – плану с 28.05.2010г. по 27.06.2010г. с 8 ч 20 мин по 19 ч 50 мин (7 роликов в день, 217 трансляций, 3472 секунд всего).

Согласно п.п.1 ст. 3 ФЗ «О рекламе» реклама – это информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Рассматриваемая информация является рекламой:

1). Распространена посредством размещения в эфире радио «Апрель» - г. Михайловка в период 28 мая 2010г. - 27 июня 2010г.;

2). Направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (продовольственные товары, в том числе пиво нескольких сортов из кег, пиво живое, которые реализует пивной дом «Бирхаус»), направлена на формирование и поддержание интереса к объекту рекламирования и его продвижения на рынке (указание на магазины, в которых реализуется пивная продукция – пивной дом «Бирхаус» на Объездной напротив минимаркета «Мария», указание на возможность получения дисконтных карт).

Довод лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, о том, что рассматриваемые рекламные ролики не содержат рекламу конкретных марок пива, а также призывов к употреблению, вследствие чего не было необходимости в соблюдении требований подп. 1 ч. 2 ст.

22 ФЗ «О рекламе», не принимается Комиссией по следующим обстоятельствам:  
- данный довод противоречит заявлениям представителя ООО «Фордеа» о том, что при размещении ролика «Бирхаус» были соблюдены требования, предъявляемые законодателем к такому виду рекламы, а именно: реклама сопровождалась предупредительной вставкой о вреде чрезмерного употребления пива (см. также письмо ООО «Фордеа» от 02.11.2010г.). Анализ ст. 22 ФЗ «О рекламе» позволяет сделать вывод о том, что реклама пива в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде чрезмерного потребления пива, и при этом должны соблюдаться ограничения к размещению такой рекламы, в том числе ограничения, касающиеся времени выхода рекламы пива в эфир в радиoproграммах,  
- рекламный ролик «Бирхаус» действительно не содержит указаний на конкретные марки пива. Однако ст. 22 ФЗ «О рекламе» закрепила требования к рекламе пива, а не его торговых обозначений.

В рекламном ролике «Бирхаус» внимание акцентировано не на качественных характеристиках пивного дома, а именно на реализуемых им товарах, в том числе пиве: «...Около двадцати сортов различного пива из кег, пиво живое...»  
Информация, представленная в ролике, направлена не столько на информирование потребителей о деятельности организации (пивной дом) или реализуемых товарах, а на выделение определенных товаров: не просто пиво, а пиво двадцати сортов, пиво живое.

2). Адресована неопределённому кругу лиц. В соответствии с письмом Федеральной антимонопольной службы от 05.04.07г. № АЦ / 4624 в рамках понятия рекламы, закреплённого ст. 3 ФЗ РФ «О рекламе» под неопределённым кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Соответственно, распространение информация о пивной продукции, реализуемой в пивном доме «Бирхаус», должно признаваться распространением среди неопределённого круга лиц, поскольку заранее невозможно определить всех лиц, для которых такая информация была доведена.

Подп. 1 ч. 2. ст. 22 ФЗ «О рекламе» закрепил, что реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, не должна размещаться в телепрограммах с 7 до 22 часов местного времени и в радиoproграммах с 9 до 24 часов местного времени. В соответствии с ч. 3. ст. 22 ФЗ «О рекламе» 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 радиoproграммах, 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).

С учетом вышеизложенных обстоятельств, а также представленных ООО «Фордеа» доказательств и доводов, в рассматриваемом случае требование о сопровождении рекламы пива предупреждением о вреде чрезмерного употребления пива были соблюдены, факт нарушения ООО «Фордеа» ч. 3 ст. 22 ФЗ «О рекламе» не подтвердился.

Однако, как установлено материалами дела, реклама пива, реализуемого пивным домом Бирхаус, распространялась в эфире радио «Апрель» в г. Михайловка с 9:00 до 19 ч 50 мин. местного времени, в нарушение требований, установленных подп. 1

ч. 2 ст. 22 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с п.4 ст.3 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно п. 7 ст. 3 ФЗ РФ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г., лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, является рекламодателем.

В соответствии с ч. 7 ст. 38 ФЗ «О рекламе» за нарушение требований, установленных частями 2-4 статьи 22 ФЗ «О рекламе» ответственность несёт рекламодатель.

Рассматриваемая реклама является ненадлежащей, поскольку нарушены требования к размещению рекламы пива, предусмотренные п.1 ч. 2 ст. 22 ФЗ «О рекламе». Нарушение выразилось в размещении в эфире радиостанции «Апрель» (г. Михайловка Волгоградской области) рекламы пива в период 28.05.2010г. - 27.06.2010г. с 9 ч 00 мин по 19 ч 50 мин по местному времени

Руководствуясь ч. 2 п.1 ст.33, ч.1 ст.36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу ««Пивной дом «Бирхаус» на Объездной, напротив минимаркета «Мария». Около двадцати сортов различного пива из кег, пиво живое, квас натурального брожения, рыба на любой вкус. Пивной дом «Бирхаус»; «Пивной дом «Бирхаус» на Объездной, напротив минимаркета «Мария». Около двадцати сортов различного пива из кег, пиво живое, квас натурального брожения, рыба на любой вкус. Пивной дом «Бирхаус» Только с 28 по 30 мая Вы можете стать обладателем дисконтной карты Бирхаус» «Пивной дом «Бирхаус» на Объездной, напротив минимаркета «Мария», размещавшуюся в эфире радио «Апрель» (г. Михайловка Волгоградской области) 28 мая 2010г. – 27 июня 2010г., ненадлежащей, нарушающей требования п. 1 ч. 2 статьи 22 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

2. В связи с прекращением с 28.06.2010г. трансляции в эфире радио «Апрель» (г. Михайловка Волгоградской области) рекламного ролика пивного дома «Бирхаус» предписание ООО «Фордеа» не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Волгоградского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.