

РЕШЕНИЕ

по делу №04-04-02/13-11

18 ноября 2011 года

город Кызыл

Резолютивная часть решения объявлена 3 ноября 2011 года

Решение изготовлено в полном объеме 18 ноября 2011 года

Комиссия Тывинского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председательствующего: Хаджиева Ф.А. – заместителя руководителя – начальника отдела контроля размещения государственного заказа и антимонопольного контроля органов власти Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Тыва (далее Тывинское УФАС России),

Членов Комиссии:

Сорвачевой В.А. – начальника отдела антимонопольного контроля и рекламы;

Хитаришвили А.Т. – ведущего специалиста – эксперта отдела антимонопольного контроля и рекламы;

Ваньковой Е.С. – старшего специалиста 2 разряда отдела антимонопольного контроля и рекламы,

рассмотрев дело №04-04-02/13-11 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту размещения рекламы на внешних стенах здания, расположенного по ул. Московская, 17 г. Кызыла, следующего содержания: « ПИВ ЗАПРАВКА № 2 ЖИВОЕ ПИВО ИЗ КЕГ ЗАКУСКИ ПРИ ПОКУПКЕ 2-Х ЛИТРОВ ПИВА 1 Л. В ПОДАРОК ул. Московская, 117 и с надписью чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью» с изображением двух кружек пива, с признаками нарушения статьи 9 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в присутствии Индивидуального предпринимателя "..."

УСТАНОВИЛА:

25.08.2011г. по результатам проведенного сотрудниками Тывинского УФАС России мониторинга наружной рекламы на территории г. Кызыла на предмет соответствия требованиям законодательства о рекламе выявлено следующее.

На остановке «Южный» на внешних стенах здания, расположенного по ул. Московская, 17 г. Кызыла размещена и распространяется реклама с использованием рекламной конструкции следующего содержания: « ПИВ ЗАПРАВКА № 2 ЖИВОЕ ПИВО ИЗ КЕГ ЗАКУСКИ ПРИ ПОКУПКЕ 2-Х ЛИТРОВ ПИВА 1 Л. В ПОДАРОК ул. Московская, 117 и с надписью чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью» с изображением двух кружек пива.

В ходе рассмотрения дела ИП "... " даны пояснения о том, что в рассматриваемой рекламе ошибочно указан адрес магазина, вместо ул. Московская, 17 указано ул. Московская, 117, в подтверждение представил договор аренды нежилого помещения. Запрошенные определением от 29.08.2011г. документы, в том числе технические параметры рекламной конструкции, а также указал, что договор на изготовление и размещение рассматриваемой рекламы отсутствуют в связи с тем, что рекламная конструкция изготовлена по устной договоренности. ИП "... " реализует 12 видов пива. На поставку пива заключены 2 договора с ИП "... " и ООО «КИТ».

Акция по предоставлению 1 литра пива в подарок в случае покупки 2 – х литров пива распространяется только на виды пива, поставляемые ИП "... ", которые указаны в счет – фактурах. Сроки данной акции ИП "... " не знает, поскольку указанные сроки устанавливает завод изготовитель пива.

ИП "... " представил в материалы дела копию договора купли-продажи с ИП "... " от 01.02.2011г. и счет-фактуры с указанием наименования товара на которые распространяется акция 2+1.

Согласно [статье 3](#) Закона о рекламе 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; ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно [статье 9](#) Закона о рекламе 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 сроки проведения такого мероприятия ([пункт 1](#)).

Таким образом, для признания мероприятия стимулирующим необходимо установить такой признак как выполнение его участником обязательного условия - приобретение определенного товара.

В данном случае сообщение «... **ПРИ ПОКУПКЕ 2-Х ЛИТРОВ ПИВА 1 Л. В ПОДАРОК...**» относится к стимулирующему мероприятию, поскольку условием получения подарка - 1 литра пива является покупка 2 х литров пива, следовательно, в рассматриваемой рекламе должен быть указан срок проведения стимулирующего мероприятия.

В случае отсутствия определенных сроков действия акции необходимо об этом указать в рекламе, так как пункт 1 статьи 9 Закона о рекламе не устанавливает

ограничения в виде указания конкретного периода.

Таким образом, Комиссия приходит к выводу о наличии нарушения требований пункта 1 статьи 9 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Закона о рекламе не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Комиссией Тывинского УФАС России установлено, что в рассматриваемой рекламе отсутствует часть существенной информации, а именно отсутствует сообщение о том, что акция распространяется не на весь ассортимент пива (исходя из смысла текста рекламы), а только на тот, который определен в счет-фактурах как «акция 2+1», что вводит в заблуждение потребителей относительно возможности воспользоваться акцией на выбранный вид пива.

Таким образом, Комиссия приходит к выводу о наличии нарушения требований части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Кроме того, Комиссией Тывинского УФАС России было установлено, что надпись о предупреждении чрезмерного употребления пива, нанесенная на рекламный баннер ИП "...", не соответствует положению ч.3 ст.22 Закона о рекламе.

При соотнесении площади всего рекламного пространства и площади пространства, визуально выделенного для предупреждения о чрезмерном употреблении пива, путем расчета площади в масштабе фотоснимка установлено, что надпись составляет 3,4 % от площади всего рекламного пространства.

Оценив имеющиеся в деле доказательства и пояснения ИП "...", Комиссия приходит к выводу, что реклама, размещенная ИП "...", на внешних стенах здания, расположенного по ул. Московская, 17 г. Кызыла нарушает требования части 7 статьи 5, пункта 1 статьи 9 и части 3 статьи 22 Закона о рекламе.

Руководствуясь частью 10 статьи 14, статьёй 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ "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, размещенную на внешних стенах здания, расположенного по ул. Московская, 17 г. Кызыла, принадлежащего на праве аренды ИП "...", следующего содержания « ПИВ ЗАПРАВКА № 2 ЖИВОЕ ПИВО ИЗ КЕГ ЗАКУСКИ ПРИ ПОКУПКЕ 2-Х ЛИТРОВ ПИВА 1 Л. В ПОДАРОК ул. Московская, 117 и с надписью чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью», поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, пункта 1 статьи 9 и части 3 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ИП "...", предписание о прекращении нарушения части 7 статьи 5, пункта 1 статьи 9 и части 3 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О

рекламе».

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тывинского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьёй 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении рекламодателя и рекламодателем ИП "..."

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

Председательствующий

Ф.А. Хаджиев

Члены Комиссии

В.А. Сорвачева

А.Т. Хитаришвили

Е.С. Ванькова