

ООО «Стиль»

ул. Сурикова, 12, стр. 6

г. Красноярск, 660049

ООО «БирТрэйд»

ул. Есенина, 3/1, оф. 409

г. Новосибирск, 663124

филиал ООО «БирТрэйд» в г. Красноярске

ул. Вавилова, 1, стр 50, оф. 206,

г. Красноярск, 660093

РЕШЕНИЕ № 411

«19» января 2011 года

г. Красноярск

Резолютивная часть решения оглашена 17.01.2011 года.

В полном объеме решение изготовлено 19.01.2011 года.

Комиссия Красноярского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председатель Комиссии – заместитель руководителя управления - Харченко О.П., члены Комиссии: Чуракова О.А. – главный специалист-эксперт, Вшивкова Н.В. – специалист-эксперт, рассмотрев дело № 411 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения ООО «Стиль» рекламы, содержащей признаки нарушения части 3 статьи 22 Федерального закона «О рекламе» в присутствии директора филиала ООО «БирТрэйд» в г. Красноярске <...>,

УСТАНОВИЛА:

В адрес Красноярского УФАС России поступило обращение, гр. <...> в котором сообщается о распространении в кафе «Дублин» (ирландский паб) (по адресу: г. Красноярск, ул. Сурикова, 12/б) на столах размещены рекламные носители (двух сторонние) следующего содержания: 1 сторона: «Newcastle Brown Ale Halloween..., Идет к вам!..., Страна: Англия..., Тип: Коричневый Эль..., Алкоголь: 4,7%..., Плотность: 10,6%..., Newcastle Brown Ale (Ньюкасл Браун Эль) – это истинно британский мягкий эль премиум-класса со ароматом карамели, оставляющий легкое ореховое послевкусие. Это сорт появился в 1927 году в английском городе Ньюкасле благодаря полковнику Джиму Портеру..., Чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью...»; 2 сторона: «Newcastle Brown Ale Halloween..., Во время проведения акции, при покупке 1 пинты пива Newcastle Brown Ale Halloween Вы получаете жетон, которые Вы можете копить и обменивать на призы: 4х= Календарь на 2010 год..., 2х= Наклейка на авто..., 3х= Ароматизатор в авто..., Чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью...», каждая из сторон рекламного носителя содержит изображение бутылки с соответствующим наименованием пива (далее - Реклама).

В ходе рассмотрения дела директором филиала ООО «БирТрэйд» в г. Красноярске <...> были представлены письменные пояснения, из которых следует, что в соответствии с пункта 1 договора поставки № 25 от 19.03.2009г. заключенного между ООО «БирТрэйд», в лице филиала ООО «БирТрэйд» в г. Красноярске, от имени которого действует директор филиала <...> на основании доверенности № 5 от 12.01.2009г., с одной стороны, и ООО «Стиль», в лице директора <...>, действующего на основании устава, с другой стороны, предметом договора является поставка разливного и/или фасованного пива. Филиал ООО «БирТрэйд» в г. Красноярске осуществляет доставку пиво в торговые точки, в том числе в ООО «Стиль». Таким образом, филиал ООО «БирТрэйд» в г. Красноярске не занимается изготовлением и распространением рекламы. О проводимой в ООО «Стиль» акции филиал ООО «БирТрэйд» в г. Красноярске не был проинформирован. Указанная акция проводилась сотрудниками ООО «Стиль».

Также, директор филиала ООО «БирТрэйд» в г. Красноярске <...> представил письменные пояснения директора ООО «Стиль» <...> из которых следует, что рекламный материал содержал предупредительную надпись о вреде чрезмерного потребления пива. Замеры размеров надписи не были произведены физическим лицом, выставляющим рекламные буклеты на стол. Ответственный за размещение данной Рекламы был назначен <...>

В соответствии со статьей 3 Федерального 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.

Рассматриваемая Реклама, адресована неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к товару, указанному в Рекламе.

Согласно части 3 статьи 22 Федерального закона «О рекламе» реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде чрезмерного употребления 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 чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Рассматриваемая Реклама пива содержит предупреждение о вреде чрезмерного потребления пива, которая составляет 3,50 процентов рекламной площади (пространства).

Согласно статьи 9 Федерального 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; источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Рассматриваемая Реклама не содержит указание на сроки проведения стимулирующего мероприятия, источник информации об организаторе, о правилах его проведения, количестве призов, сроках, месте и порядке их получения.

Таким образом, рассматриваемая Реклама является рекламой стимулирующего мероприятия, в которой отсутствует указание на сроки проведения стимулирующего мероприятия, источник информации об организаторе, о правилах его проведения, количестве призов, сроках, месте и порядке их получения.

На основании изложенного, руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального Закона №38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 30, 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей Рекламу, распространяемую ООО «Стиль» (660049, г. Красноярск, ул. Сурикова, 12/6), поскольку в ней нарушены требования статьи 9 и части 3 статьи 22 Федерального Закона «О рекламе».
2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Красноярского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 КоАП РФ.

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

Российской Федерации.

Председатель Комиссии

О.П. Харченко

Члены Комиссии

Н.В. Вшивкова

О.А. Чуракова

Вшивкова Наталья Владимировна

211-18-30

- [4. reshenie.doc](#)