

РЕШЕНИЕ

24 сентября 2010г.

г. Липецк

Резолютивная часть решения объявлена 23 сентября 2010 года

Решение в полном объеме изготовлено 24 сентября 2010 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель: – руководитель управления А.А. Сешенов,

члены комиссии: - государственный инспектор Е.В. Пятых,

- государственный инспектор А.В. Тихомиров,

- специалист-эксперт И.А. Береснев,

- специалист-эксперт А.В. Кудинов

рассмотрев дело № 69 возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту нарушения ООО «Погребок Плюс» (г. Липецк, ул. Вермишева, д.2, ИНН 4826034829) требований ст.12, п.5 ч.2, ч.3 ст.21, ч.3 ст. 22 ФЗ «О рекламе»,

в присутствии представителей:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе — <должностного лица>ООО «Погребок Плюс»,

УСТАНОВИЛА:

В городе Липецке по ул. Вермишева, д.2, на магазине «Погребок» 06 сентября 2010 года распространялась реклама в которой говорится: «Вино на розлив 24 часа, пиво на розлив».

п.1 ст.3 ФЗ «О рекламе» говорит, что реклама – 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 и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии с п.5 ч.2 ст.21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

В соответствии с ч.3 ст.21 ФЗ «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).

ч. 3 ст. 22 ФЗ «О рекламе» говорит, что 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.

Размещение предупреждения о вреде чрезмерного потребления пива и напитков, изготавливаемых на его основе должно служить сдерживающим фактором для покупателей. Предупреждение может иметь различные способы выражения и формулировки. Важно, чтоб смысл его не подвергался сомнению и не воспринимался двояко.

В адрес ООО «Погребок Плюс» 07.09.2010 года (исх. № 3664) был направлен запрос о предоставлении информации о владельце указанной рекламы и условиях по размещению указанной рекламы, предоставлении договора с изготовителем рекламы, копий платёжных документов, копии макета указанной рекламы. В ответ <должностное лицо>ООО «Погребок Плюс» (г. Липецк, ул. Вермишева, д.2) предоставило информацию о том, что вывески «Вино на розлив 24 часа», «пиво на розлив» были размещены не с целью рекламы алкогольной продукции, а как дополнительная информация для покупателей. Обществом копии запрашиваемых документов предъявить в настоящее время не представляется возможным, что нарушает требования законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии со ст.12 ФЗ «О рекламе» рекламные материалы или их копии, в том числе все вносимые в них изменения, а также договоры на производство, размещение и распространение рекламы должны храниться в течение года со дня последнего распространения рекламы или со дня окончания сроков действия таких договоров, кроме документов, в отношении которых законодательством Российской Федерации установлено иное.

В соответствии с указанными выше фактами реклама распространяемая ООО «Погребок Плюс» содержит признаки нарушения ст.12, п.5 ч.2, ч.3 ст.21, ч.3 ст. 22 ФЗ «О рекламе», т.к. реклама алкогольной продукции размещена с использованием технических средств стабильного территориального размещения; реклама пива не сопровождается предупреждением о вреде чрезмерного потребления пива.

На рассмотрении дела по рекламе № 69 23 сентября 2010 года, <должностное лицо>ООО «Погребок Плюс» согласилось с допущенным нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пояснило, что в настоящее время реклама не распространяется.

Таким образом, при распространении рекламы у ООО «Погребок Плюс» имелась возможность отказаться от распространения рекламы, либо привести ее в соответствие с требованиями законодательства, однако ООО «Погребок Плюс» не были приняты все зависящие от него меры для устранения названного нарушения, что свидетельствует о наличии в его действиях вины.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального 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

Р Е Ш И Л А:

1. Признать ненадлежащей рекламу ООО «Погребок Плюс», следующего содержания: «Вино на розлив 24 часа, пиво на розлив», поскольку в ней нарушены требования ст.12, п.5 ч.2, ч.3 ст.21, ч.3 ст. 22 Федерального закона «О рекламе».
2. Не выдавать ООО «Погребок Плюс» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, т.к. в настоящее время вышеуказанная реклама не распространяется.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Липецкого УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 КоАП РФ.

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