

ООО «ГРОСС»

ЗАО «Группа СибВосток»

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 477

«20» апреля 2011 года

г. Красноярск

Резолютивная решения оглашена 12.04.2011.

В полном объеме решение изготовлено 20.04.2011.

Комиссия Красноярского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председатель Комиссии – заместитель руководителя управления-начальник аналитического отдела - Харченко О.П., члены Комиссии: Чуракова О.А. – главный специалист-эксперт, Степанова В.С. – специалист-эксперт, рассмотрев дело № 477, возбужденное по признакам нарушения ООО «ПромТорг» законодательства Российской Федерации о рекламе,

УСТАНОВИЛА:

В ходе мониторинга наружной рекламы на предмет соблюдения требований Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе») 25.11.2010 сотрудниками Красноярского УФАС России было выявлено распространение рекламы пива следующего содержания: «чрезмерное употребление пива вредит Вашему здоровью Heineken KRUPS BeerTender Fresh Draught Beer at Home Свежее разливное пиво дома» (реклама распространяется на фасаде здания, расположенного по адресу: г.Красноярск, ул. Весны, 16А) (далее – Реклама). Также в Рекламе изображена кега пива и стакан с пивом, на которых изображена торговая марка Heineken и аппарат для розлива пива в домашних условиях.

В соответствии с частью 3 статьи 22 Федерального закона «О рекламе» реклама пива, в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде его чрезмерного потребления. 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).

В рассматриваемой Рекламе предусмотренное частью 3 статьи 22 Федерального

закона «О рекламе» предупреждение о вреде чрезмерного потребления пива изображено черными буквами. Учитывая то, что фон Рекламы изображен в белом и черном цветах, то предусмотренная частью 3 статьи 22 Федерального закона «О рекламе» предупреждение о вреде чрезмерного потребления пива является нечитабельным в тех местах, где используется черный фон, и информация не воспринимается потребителями Рекламы, что свидетельствует об её отсутствии перед глазами потребителя.

Таким образом, рассматриваемая Реклама содержит признаки нарушения требований части 3 статьи 22 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 3 статьи 22 Федерального закона «О рекламе», несет рекламодатель.

На основании изложенного Красноярским УФАС России было принято решение о возбуждении в отношении ООО «ПромТорг» дела № 477 по признакам нарушения требований части 3 статьи 22 Федерального закона «О рекламе».

Определение о возбуждении дела № 474 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе было доставлено в адрес ООО «ПромТорг» нарочно

В ходе рассмотрения дела ООО «ПромТорг» были представлены пояснения о том, что рекламодателем рассматриваемой Рекламы является ООО «ГРОСС», которое является поставщиком части товаров, реализуемых ООО «ПромТорг».

На основании этого Комиссией Красноярского УФАС России было принято решение о привлечении ООО «ГРОСС» к рассмотрению дела № 477 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в качестве заинтересованного лица.

В материалах дела имеются письменные пояснения ООО «ГРОСС», в которых указано, что деятельность связанную с реализацией бытовой техникой ООО «ГРОСС» не осуществляет, товары, реализуемые ООО «ПромТорг», через ООО «ГРОСС» поставляет ЗАО «Группа СибВосток».

На основании этого Комиссией Красноярского УФАС России было принято решение о привлечении ЗАО «Группа СибВосток» к рассмотрению дела № 477 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в качестве заинтересованного лица.

Представитель ЗАО «Группа СибВосток» по доверенности представила письменные пояснения о том, что один из брендов, реализуемых ЗАО «Группа СибВосток», - Krups. В августе 2010 года с устного разрешения директора ООО «Промторг» разместили баннер продукта KRUPS BeerTender на фасаде магазина «Альтернатива синицы», расположенного по адресу: г.Красноярск, ул. Весны, 16А. Макет рассматриваемой Рекламы был представлен отделом маркетинга ЗАО «Группа СибВосток».

В ходе рассмотрения дела № 477 и анализа представленных материалов Комиссия Красноярского УФАС России установила следующее.

На конструкции, размещенной на фасаде магазина «Альтернатива синицы», расположенного по адресу: г.Красноярск, ул. Весны, 16А. распространялась информация следующего содержания: «чрезмерное употребление пива вредит Вашему здоровью Heineken KRUPS BeerTender Fresh Draught Beer at Home Свежее разливное пиво дома».

Согласно Федеральному закону от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе») 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 или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В Рекламе изображена кега пива и стакан с пивом, на которых изображена торговая марка Heineken и аппарат для розлива пива в домашних условиях. Указанная информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к кеге пива и стакану с пивом, а также к аппарату для розлива пива в домашних условиях, формирование и поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке.

На основании вышеизложенного Комиссия Красноярского УФАС России установила, что указанная Реклама является рекламой пива и аппарата для розлива пива в домашних условиях.

В соответствии с частью 3 статьи 22 Федерального закона «О рекламе» реклама пива, в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде его чрезмерного потребления. 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).

В рассматриваемой Рекламе предусмотренное частью 3 статьи 22 Федерального закона «О рекламе» предупреждение о вреде чрезмерного потребления пива изображено черными буквами. Учитывая то, что фон Рекламы изображен в белом и черном цветах, то предусмотренное частью 3 статьи 22 Федерального закона «О рекламе» предупреждение о вреде чрезмерного потребления пива является нечитабельным в тех местах, где используется черный фон, и информация не воспринимается потребителями Рекламы, что свидетельствует об её отсутствии перед глазами потребителя.

Таким образом, рассматриваемая Реклама нарушает требования части 3 статьи 22 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 3 статьи 22 Федерального закона «О рекламе», несет рекламораспространитель.

В силу статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламораспространителем рассматриваемой Рекламы является ООО «ПромТорг».

5 декабря после получения определения о возбуждении дела № 477 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе представителями ООО «ПромТорг» баннер был снят.

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 пива торговой марки Heineken, распространяемую ООО «ПромТорг», поскольку в ней нарушены требования части 3 статьи 22 Федерального закона «О рекламе».
2. В связи с добровольным устранением нарушения части 3 статьи 22 Федерального закона «О рекламе» предписание о прекращении нарушения

законодательства Российской Федерации о рекламе ООО «ПромТорг» не выдавать

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Красноярского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении 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 О.А. Чуракова

В.С. Степанова

Степанова Варвара Сергеевна (391) 265-02-19
Чуракова Ольга Анатольевна (391) 211-18-30

- [reshenie_ooo_prom_torg.doc](#)