

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

Управление по Кировской области

610019, г.Киров обл., ул. К.Либкнехта, 69, тел. 64-73-31

от "17" мая 2011 г.

г. Киров

Р Е Ш Е Н И Е

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

Председателя Комиссии – <.....> – руководителя управления и членов Комиссии – <.....> – начальника отдела финансовых рынков и рекламы, <.....> – специалиста 2 разряда отдела финансовых рынков и рекламы,

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - Индивидуального предпринимателя <.....>;

протокол вел <.....> – вед. специалист-эксперт отдела финансовых рынков и рекламы;

рассмотрев дело № 22, по признакам нарушения ИП <.....>. части 3 статьи 22 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 года № 38-ФЗ,

УСТАНОВИЛА:

В ходе проверки соблюдения законодательства Российской Федерации о рекламе, проведенной специалистами Управления 28 апреля 2011 года, было установлено, что на фасаде здания справа от входа в магазин по адресу: г. Киров, проспект Строителей, 7, был размещен плакат следующего содержания: **«Всегда в продаже большой выбор свежего живого пива в разлив и на вынос»**, с изображением двух наполненных кружек с пенным напитком.

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 такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства). Данная рекламная информация такого предупреждения не содержала.

Ответственность за нарушение ч. 3 ст. 22 Федерального закона «О рекламе» несет как рекламодатель, так и рекламодатель. Согласно документам, размещенным непосредственно в магазине «Живое пиво», торговую деятельность по розничной реализации пива в нежилом помещении по адресу г. Киров, проспект Строителей, 7, осуществляет ИП <.....>, соответственно он является рекламодателем и рекламодателем. Поэтому в отношении него было возбуждено производство по делу.

являлась фирма «Оргалит – Плюс», но договор на изготовлении рекламы заключен не был. В подтверждении того, что рекламный

плакат **«Всегда в продаже...»** приведен в соответствие с рекламным законодательством, представил фотографии. **На заседании Комиссии <.....> нарушение законодательства о рекламе признал и пояснил, что рекламопроизводителем указанного плаката**

Изучив имеющиеся документы и заслушав доводы ответчика, Комиссия установила, что <.....> нарушена часть 3 статьи 22 Федерального Закона «О рекламе».

Выводы Комиссии основаны на следующем:

Согласно ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «О рекламе», **рекламой является информация, распространяемая 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. Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.** Как было установлено в ходе рассмотрения дела и подтверждения актом фиксации рекламы от

28.04.2011, информация: **«Всегда в продаже...»** размещалась на фасаде здания справа от входа в магазин по адресу: г. Киров, проспект Строителей, 7, где деятельность по розничной реализации пива осуществляет ИП <.....>

Вышеуказанная информация по своему содержанию адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к реализуемой данным хозяйствующим субъектом продукции, а именно к пиву. Кроме того, она направлена на формирование и поддержание интереса потребителей к продаваемой продукции, служит продвижению ее на рынке, и соответственно расценивается как реклама пива.

Ненадлежащей признается реклама не соответствующая требованиям законодательства РФ.

В соответствии с ч. 3 ст. 22 Федерального закона «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, которому должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Рекламная информация не содержала предупреждение о вреде чрезмерного потребления пива и напитков, изготавливаемых на его основе и была размещена с нарушением требований ч. 3 ст. 22 Федерального закона «О рекламе».

Согласно статье 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение части 3 статьи 22 Закона несет как рекламодатель, так и рекламодатель.

Рекламодателем и рекламодателем ненадлежащей рекламы пива на фасаде здания магазина является <.....>, соответственно нарушение рекламного законодательства произошло по его вине.

Учитывая тот факт, что на момент принятия решения рекламный плакат **«Всегда в продаже...»** приведен в соответствие с действующим рекламным законодательством, Комиссия решила предписание не выдавать.

На основании ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Согласно ст. 2.4 Кодекса РФ об административных правонарушениях индивидуальный предприниматель <.....> несет ответственность как должностное лицо, в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Комиссия считает необходимым привлечь Индивидуального предпринимателя <.....> к административной ответственности. Руководствуясь ст. 3, ст. 22, ст. 33, ст. 36, ст. 38 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

Р Е Ш И Л А :

1. Признать ненадлежащей рекламу:

- «**Всегда в продаже большой выбор свежего живого пива в разлив и на вынос**», с изображением двух наполненных кружек с пенным напитком, размещенную <.....> на фасаде здания справа от входа в магазин, так как она противоречит требованиям части 3 статьи 22 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать ИП <.....> нарушившим часть 3 статьи 22 Федерального закона «О рекламе».

3. В связи с устранением нарушения рекламного законодательства предписание не выдавать.

4. Передать материалы дела начальнику отдела финансовых рынков и рекламы для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 КоАП в отношении ИП <.....>.

Решение изготовлено в полном объеме 25 мая 2011 года.

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

Председатель Комиссии

<.....>

Члены Комиссии

<.....><.....>