

# РЕШЕНИЕ

(по делу № 2)

03 февраля 2011 года

г. Ставрополь

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Ставропольскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе рассмотрев дело № 2 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения ООО «Ликеро-водочный завод «Русский» рекламы, содержащей признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 и части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе»,

## УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного контроля за рекламной деятельностью хозяйствующих субъектов выявлены нарушения законодательства о рекламе.

В газете «Комсомольская правда» №189-б (25610-б) от 20 декабря 2010г. распространялась реклама Ликеро - водочного завода «Русский» следующего содержания «Ликеро-водочный завод «Русский» Отметьте Новый год со вкусом! Качественная алкогольная продукция к вашему столу! По самым низким ценам в фирменных магазинах ЛВЗ «Русский» адреса фирменных магазинов: г. Ставрополь, ул. Ленина, 328/8, г. Михайловск, ул. Ленина, 156/1, пав.88».

В вышеуказанной рекламе имеется предупреждение о вреде чрезмерного употребления спиртных напитков. Данному предупреждению в рекламе отведено менее 10 %.

Общая площадь рекламного объявления  $12,5 \times 8,5 = 106,25 \text{ см}^2$

Фактическая площадь предупреждения  $0,8 \times 8,5 = 6,8 \text{ см}^2$

Соответственно  $10\% - 10,62 \text{ см}^2$ , а предупреждение имеет всего лишь  $6,8 \text{ см}^2 \times 100\% / 106,25 \text{ см}^2 = 6,4\%$

В соответствии с частью 3 статьи 21 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.06 "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.

Кроме того, в данной рекламе содержатся не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами.

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ "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 соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006 г. "О рекламе", не допускается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими производителями или реализуются другими продавцами.

Вышеуказанная реклама была адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания именно к продукции ООО «ЛВЗ «Русский». Потребители данной рекламы не обладают специальными познаниями в области лингвистики и понимают указанную рекламу буквально – Качественная алкогольная продукция к вашему столу! По самым низким ценам в фирменных магазинах ЛВЗ «Русский».

Указанное рекламное объявление призвано формировать и поддерживать интерес к алкогольной продукции, реализуемой ООО «ЛВЗ «Русский» и способствовать её реализации. ООО «ЛВЗ «Русский» не представило документальных подтверждений соответствия действительности сведений, используемых в рекламе – «Качественная алкогольная продукция к вашему столу! По самым низким ценам в фирменных магазинах ЛВЗ «Русский».

На рынке Ставропольского края присутствует определенное количество хозяйствующих субъектов, также предлагающих к реализации алкогольную продукцию. Использование в рекламе словосочетания « по самым низким ценам в фирменных магазинах ЛВЗ «Русский»» создаёт неверное представление о том, что цены на алкогольную продукцию, реализуемую ООО «ЛВЗ «Русский» ниже, чем у других продавцов. Слово «самые» в указанной рекламе характеризует превосходство положения рекламируемого объекта по сравнению с другими.

Следует учитывать, что реклама имеет побудительный характер, то есть стимулирует интерес потребителей к товарам, поддерживает заинтересованность в них. Основной ее целью является продвижение товара на рынке. Сообщение в рекламе недостоверных сведений ставит рекламодателя в более выгодное положение и дает необоснованные преимущества перед конкурентами, действующими на том же рынке и соблюдающими требования закона.

Использование в рекламе неточных высказываний или преувеличений может создать у потребителя неверное представление относительно рекламируемого товара.

Таким образом, именно рекламодатель, определяя содержание рекламы, обязан предоставлять для последующего распространения надлежащую информацию, содержание которой соответствует требованиям законодательства о рекламе.

Общество имело возможность не нарушать требования законодательства о рекламе, однако не приняло всех зависящих от него мер для соблюдения законодательства.

Согласно информации, предоставленной ООО «Комсомольская правда в Ставрополе» на запрос Ставропольского УФАС России рекламодателем указанной рекламы является ООО «Ликеро-водочный завод «Русский».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006 г. "О рекламе" ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 3 статьи 5 и частью 3 статьи 21 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006 г. "О рекламе" несет рекламодаделец.

Таким образом, в рекламе, распространенной ООО «Ликеро-водочный завод «Русский» допущены нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 и части 3 статьи 21 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006 г. "О рекламе", выразившиеся в распространении рекламы, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, а также рекламы алкогольной продукции с площадью предупреждения о вреде употребления алкоголя менее 10 %.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 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

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу ООО «Ликеро-водочный завод «Русский», поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 5 и части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе».
2. Выдать ООО «Ликеро-водочный завод «Русский» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Ставропольского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении по статье 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.