

РЕШЕНИЕ

Дата оглашения решения: 03 июня 2010 г.

Дата изготовления решения: 04 июня 2010 г.

г. Иваново

Комиссия Ивановского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе (далее - Комиссия):<...>, рассмотрев дело № 07-18/2010-027, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы производителя алкогольной продукции с помощью технических средств стабильного территориального размещения, в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:
- ОАО «Шуйская водка» (<...>), <...>,

УСТАНОВИЛА:

При мониторинге наружной рекламы, размещенной на территории Ивановской области, Ивановским УФАС России выявлены признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Так, при въезде в г. Шуя (ул. 2-я Дубковская) на средстве стабильного территориального размещения (двусторонний магистральный щит 6х3 м2) размещались баннеры с рекламой ОАО «Шуйская водка». На одном баннере, имеющем надпись: «ОАО «Шуйская водка» Добро пожаловать», изображены девять матрешек, одна из которых полуобнажена и помещена в стакан с прозрачной жидкостью, и стрелка, указывающая направление направо. С другой стороны магистрального щита размещен баннер, имеющий надпись: «ОАО «Шуйская водка» Счастливого пути», на котором изображены девять матрешек, восемь из которых полуобнажены, а одна одетая матрешка помещена в стакан с прозрачной жидкостью, и стрелка, указывающая налево.

В силу части 4 статьи 2 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) специальные требования и ограничения, установленные названным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяется также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, **их изготовителей** или продавцов, за исключением случаев, если реклама средств индивидуализации отдельного товара и его изготовителя или продавца явно относится к товару, в отношении рекламы которого названным законом установлены специальные требования и ограничения.

Таким образом, предусмотренные ст. 21 Закона о рекламе запреты в равной мере распространяются как на рекламу алкогольной продукции, так и на рекламу ее изготовителя.

Распространение указанной рекламы с помощью средств стабильного территориального размещения свидетельствует о признаках нарушения п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе, согласно которой реклама алкогольной продукции, её изготовителя 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.

Данный факт свидетельствует о признаках нарушения п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе.

Ивановским УФАС России по факту распространения указанной рекламы 05 мая 2010 года возбуждено дело № 07-18/2010-027 по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе.

Рассмотрев материалы дела, выслушав объяснения представителя ОАО «Шуйская водка», Комиссия пришла к следующим выводам.

Согласно п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащей является реклама, несоответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с ч. 1 ст. 3 Закона о рекламе под рекламой понимается 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.

Баннеры (6х3 м2) с изображением матрешек, содержащие название производителя алкогольной продукции ОАО «Шуйская водка» и стрелки с направлением движения к месту расположения данной организации, содержат информацию рекламного характера, исходя из следующих присутствующих в них признаков рекламы:

- предназначены для неопределенного круга лиц;
- распространены с помощью средства стабильного территориального размещения (на магистральном щите, расположенном при въезде в г. Шуя на ул. 2-я Дубковская);
- направлены на привлечение внимания **к производителю алкогольной продукции ОАО «Шуйская водка»**, призваны формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования, способствуют его продвижению на рынке.

Реклама продавца алкогольной продукции – ОАО «Шуйская водка» распространялась с использованием технического средства стабильного территориального размещения (магистральная щит 6х3 м2), что нарушает требования п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе.

За нарушение требований п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе, согласно части 7 статьи 38 данного закона ответственность несет рекламораспространитель.

Рекламораспространителем в данном случае является ОАО «Шуйская водка».

Представитель ОАО «Шуйская водка» признал факт нарушения п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе и пояснил, что баннеры, размещенные на конструкции, расценивались как вывеска, необходимая для указания наименования юридического лица в соответствии с Гражданским кодексом РФ. ОАО «Шуйская водка» с недавнего времени стало туристическим объектом, в производственные цеха организуются экскурсии не только жителей Ивановской области, но и из других регионов, поэтому вместе с названием общества и указателем направления для наибольшего привлечения внимания потребителей на баннере изображены матрешки. В настоящее время конструкция демонтирована, следовательно, и реклама больше не размещается. Нарушение произошло по вине <...>, который инициировал разработку макета баннера 6х3 кв.м с изображением матрешек, однако, при разработке макета не учел требования рекламного законодательства.

Таким образом, Комиссия Ивановского УФАС России считает, что вина за распространение рассматриваемой рекламы с нарушением требований законодательства о рекламе в данном случае лежит на рекламораспространителе – ОАО «Шуйская водка».

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 рекламу производителя алкогольной продукции ОАО «Шуйская водка», распространяемую с помощью средства стабильного территориального размещения (магистрального щита 6х3 м2), расположенного при въезде в г. Шуя Ивановской области, ненадлежащей, поскольку в данном случае нарушен пункт 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

2. ОАО «Шуйская водка» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать в связи с добровольным устранением нарушения.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Ивановского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

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

Подписи членов Комиссии

