

РЕШЕНИЕ

04 марта 2011 года

г. Архангельск

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

председатель Комиссии	Гниденко Л.М.	заместитель руководителя управления;
член Комиссии	Гагарская Л.А.	главный специалист-эксперт отдела контроля рекламного законодательства;
член Комиссии	Цакулов Ю.Г.	ведущий специалист-эксперт отдела контроля рекламного законодательства;

рассмотрев дело № 03-05/22-11, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя Данзиева Джангасан Мирзабаба оглы, (далее по тексту – ИП Данзиев Д.М. оглы) по признакам нарушения требований пункта 6 части 2 статьи 22, части 3 статьи 22 Федерального закона Российской Федерации от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – ФЗ «О рекламе») при размещении на торговом павильоне (ИП Данзиев Д.М.оглы), расположенном по адресу – Архангельск, ул. Северодвинская, 16 (между торцом поликлиники № 2 и пр. Ломоносова) рекламы пива «Carlsberg» с текстом «Сила притяжения «Carlsberg» действует. Пользуйся этим», в присутствии:

-лица в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – представителя ИП Данзиева Д.М. оглы – Сипяговой Натальи Владимировны (доверенность от 01.01.2011 года);
-заявителя – Шепелева Евгения Александровича,

УСТАНОВИЛА:

В адрес управления поступило заявление гражданина Шепелева Е.А., в котором он сообщил, что на торговом павильоне (ИП Данзиев Д.М.оглы), расположенном по адресу – Архангельск, ул. Северодвинская, 16 (между торцом поликлиники № 2 и пр. Ломоносова) размещена реклама пива «Carlsberg» с текстом «Сила притяжения «Carlsberg» действует. Пользуйся этим» с признаками нарушения пункта 6 части 2 статьи 22, части 3 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе». При распространении указанной рекламы не соблюдены требования пункта 6 части 2 статьи 22 и части 3 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», поскольку реклама пива «Carlsberg» распространяется на расстоянии менее чем сто метров от здания занимаемого МУЗ «Городская поликлиника № 2» и не сопровождается предупреждением о вреде чрезмерного потребления пива и напитков, изготавливаемых на его основе.

В заседании представитель ИП Данзиева Д.М. оглы признала нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, указав при этом, что нарушение произошло не умышленно и на настоящий момент рассматриваемая реклама не распространяется.

Комиссия рассмотрела дело с учетом следующего.

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «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.

Рассматриваемый рекламный плакат обращен неопределенному кругу лиц, направлен на формирование и поддержание интереса к алкогольной продукции, т.е. представляют собой рекламу пива «Carlsberg», а не демонстрацию ассортимента продукции, реализуемой в торговом павильоне.

Пунктом 6 части 2 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» установлено, что реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, не должна размещаться в детских, образовательных, медицинских, санаторно-курортных, оздоровительных, военных организациях, театрах, цирках, музеях, домах и дворцах культуры, концертных и выставочных залах, библиотеках, лекториях, планетариях и на расстоянии ближе чем сто метров от занимаемых ими зданий, строений, сооружений. В соответствии с частью 3 статьи 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, 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 адрес мэрии г. Архангельска Архангельским УФАС России был направлен запрос № 03-12/763 от 14.02.2011 г. с целью получения информации о выкопировки с указанием расстояния между торговом павильоне (Архангельск, ул. Северодвинская, 16 между торцом поликлиники № 2 и пр. Ломоносова) и МУЗ «Городская поликлиника № 2» (г. Архангельск, ул. Северодвинская, 16). Департамент градостроительства мэрии г. Архангельска в ответ на вышеуказанный запрос письмом № 820/043-09 от 18.02.2011 г. сообщил, что расстояние от территории торговом павильоне (ИП Данзиев Д.М. оглы) и до МУЗ «Городская поликлиника № 2» составляет менее 100 метров.

Из указанного выше следует, что в рассматриваемой рекламе пива «Carlsberg» с текстом «Сила притяжения «Carlsberg» действует. Пользуйся этим» предупреждение отсутствует. Реклама размещена на расстоянии менее 100 метров от МУЗ «Городская поликлиника № 2».

С учетом изложенного, рассматриваемая реклама противоречит требованиям пункта 6 части 2 статьи 22, части 3 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации (статья 3 ФЗ «О рекламе»).

В соответствии с частью 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Таким образом, в данном случае имеет место реклама, не отвечающая требованиям пункта 6 части 2 статьи 22, части 3 статьи 22 ФЗ «О рекламе». В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных частями 2-4 статьи 22 настоящего закона.

Рекламораспространителем является ИП Данзиев Д.М. оглы (ИНН 292100974606), что подтверждается договором аренды земельного участка для эксплуатации временного торгового киоска от 01.07.200 № 5/524-7, соглашением о внесении изменений в договор аренды земельного участка от 01.07.2003 № 5/524-7 от 26.12.2006.

В силу статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям

законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Таким образом, при указанных обстоятельствах ответственность за распространение ненадлежащей рекламы несет ИП Данзиев Д.М. оглы.

Руководствуясь п. 1 ч. 2 ст. 33 и ч. 1 ст. 36 ФЗ «О рекламе», абзацем «е» пункта 36, пунктами 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508), Комиссия Архангельского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу пива «Carlsberg» с текстом *«Сила притяжения «Carlsberg» действует. Пользуйся этим»*, распространяемую в витрине торгового павильона (г.Архангельск, ул. Северодвинская, 16 между торцом поликлиники № 2 и пр. Ломоносова) поскольку в ней нарушены требования пункта 6 части 2 статьи 22, части 3 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Индивидуальному предпринимателю Данзиеву Джангасану Мирзабаба оглы выдать предписание о недопустимости впредь нарушений законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Архангельского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «5» марта 2011 года.

В соответствии с пунктом 1 статьи 37 ФЗ «О рекламе» решение, предписание антимонопольного органа могут быть оспорены в арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения, выдачи предписания в порядке, предусмотренном ст. 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

4 марта 2011 года

г. Архангельск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Архангельской области по рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства о рекламе, в составе:

председатель Комиссии: Гниденко Л.М.,

члены комиссии: Гагарская Л.А.

Цакулов Ю.Г.

на основании своего решения от 04.03.2011 по делу № 03-05/22-11 о нарушении ИП Данзиевым Д.М. оглы пункта 6 части 2 статьи 22, части 3 статьи 23 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП Данзиеву Д.М.оглы (<..>) прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, впредь не допускать распространение ненадлежащей рекламы.

2. ИП Данзиеву Д.М. оглы в срок до 30 марта 2011 года предоставить в Архангельское УФАС России доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания (в случае рекламирования последние номера печатных СМИ, где реклама публикуется в соответствии с требованиями ФЗ «О рекламе»).

В соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях невыполнение в установленный срок законного решения, предписания федерального антимонопольного органа, его территориального органа о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Предписание антимонопольного органа может быть оспорено в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации в течение трех месяцев со дня выдачи предписания.