

**ПОСТАНОВЛЕНИЕ**  
**о наложении штрафа по делу РЦ.08.12.55**  
**об административном правонарушении**  
**18 декабря 2012 г.** **г. Москва**

Заместитель руководителя Федеральной антимонопольной службы Кашеваров А.Б., рассмотрев протокол и материалы дела № РЦ.08.12.55, возбужденного в отношении Федерального государственного бюджетного учреждения культуры «Государственный академический Большой театр России» (адрес: Театральная пл., 1, г. Москва, 125009, ИНН 7707079537, ОГРН 1027739856539), в присутствии представителя Федерального государственного бюджетного учреждения культуры «Государственный академический Большой театр России» – <...> (доверенность № 1-27-403 от 19.11.2012),

УСТАНОВИЛ:

В ФАС России поступило обращение гражданина с претензией к рекламе компании Japan Tobacco International, размещавшейся на брошюре Государственного академического Большого театра России (далее – Большой театр) с репертуаром на сентябрь-октябрь 2012 года в г. Москве, в виде спонсорской рекламы следующего содержания: «Официальный спонсор балета Большого театра JTІ».

Japan Tobacco International – компания, осуществляющая производство и реализацию табачной продукции.

В соответствии с пунктом 6 части 1 статьи 23 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе») реклама табака, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок и других подобных товаров, не должна распространяться 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.

Согласно части 3 статьи 23 Федерального закона «О рекламе» реклама табака и табачных изделий в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде курения, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

В силу части 4 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

Следовательно, реклама компании JTІ должна соответствовать положениям статьи 23 Федерального закона «О рекламе».

Реклама табачной компании JTІ распространялась посредством брошюры с репертуаром Большого театра во время спектаклей в сентябре-октябре 2012 г. и не сопровождалась предупреждением о вреде курения.

Большой театр предоставил информацию и материалы, согласно которым реклама табачной компании JTI распространялась также в каталогах «Раймонда», «WWB@LLET.RU», а также на открытках, плакате с репертуаром Большого театра в 2012 году.

Таким образом, в спонсорской рекламе табачной компании JTI, нарушает требования пункта 6 части 1 и части 3 статьи 23 Федерального закона «О рекламе», и в силу части 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» является ненадлежащей.

В соответствии со статьей 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных статьей 23 Федерального закона «О рекламе».

Рекламодателем данной рекламы является Федеральное государственное бюджетное учреждение культуры «Государственный академический Большой театр России» (адрес: Театральная пл., 1, г. Москва, 125009, ИНН 7707079537, ОГРН 1027739856539).

ФГБУК «Государственный академический Большой театр России» имело возможность для соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе, однако обществом не были приняты меры по соблюдению его требований.

Таким образом, установлена вина ФГБУК «Государственный академический Большой театр России» в нарушении пункта 6 части 1 и части 3 статьи 23 Федерального закона «О рекламе» по факту распространения в сентябре-октябре 2012 г. посредством брошюры и открыток с репертуаром Большого театра, а также в каталогах «Раймонда», «WWB@LLET.RU» рекламы табачной компании Japan Tobacco International.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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 юридических лиц от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Руководствуясь частью 4 статьи 3, пунктом 6 части 1 и части 3 статьи 23, статьей 33 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», статьями 14.3, 23.48, 28.9, пунктом 1 статьи 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Применить к ФГБУК «Государственный академический Большой театр России» меры административной ответственности в виде штрафа за ненадлежащую рекламу в размере ста десяти тысяч рублей.

2. Сумму штрафа надлежит уплатить по следующим реквизитам:

Получатель: УФК МФ РФ по г. Москве (для ФАС России)

Банк получателя: Отделение 1 Московского ГТУ Банка России г. Москва

ИНН 7703516539

КПП 770301001

БИК 044583001

р/с 40101810800000010041

КБК 161 116 26000 01 0000 140

ОКАТО 45286575000

Согласно пункту 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об

административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлечённым к административной ответственности, не позднее тридцати дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

ФГБУК «Государственный академический Большой театр России» и компания» просьба представить в Федеральное антимонопольную службу надлежащим образом заверенные копии платёжных документов.

В соответствии с пунктом 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления. Жалоба на постановление по делу об административном правонарушении подается вышестоящему должностному лицу либо в суд в порядке, предусмотренном главой 30 КоАП.