

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ

о прекращении производства по делу

14 августа 2014 г.

г. Новосибирск

Комиссия Новосибирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: Т.В. Лопаткина – заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы,

члены Комиссии: Ю.В. Виногорова – главный специалист-эксперт отдела рекламы,

Е.А. Скоп – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы,

рассмотрев дело №5, возбужденное в отношении «...», по факту размещения на автомобиле с государственным номером «...», который осуществляет отгрузку-разгрузку товара в магазине «Мария-РА», расположенном по адресу: г. Новосибирск, ул. Станиславского, д. 19, рекламы алкогольной продукции следующего содержания: «Золотая бочка». Предупреждаем о вреде чрезмерного употребления пива», с признаками нарушения:

- п.6 ч. 2 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе): реклама алкогольной продукции 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 присутствии:

заявителя – физическое лицо не явилось, уведомлено надлежащим образом;

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – «...» (не явился, уведомлен надлежащим образом),

### УСТАНОВИЛА:

10.12.2012 г. адрес Новосибирского УФАС России поступили обращение физического лица (вх. № 3342э, № 3345э) по факту размещения на автомобиле с государственным номером «...», который осуществляет отгрузку-разгрузку товара в магазине «Мария-РА», расположенном по адресу: г. Новосибирск, ул. Станиславского, д. 19, рекламы алкогольной продукции следующего содержания: «Золотая бочка». Предупреждаем о вреде чрезмерного употребления пива».

Новосибирским УФАС России проведена проверка фактов, изложенных в обращении, в результате чего установлено следующее.

Согласно п.1 ст.3 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон 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. Рассматриваемая информация, является рекламной, т.к. привлекает внимание к товару (пиву определенной марки), изображенному на автомобиле, неопределенного круга лиц, и способствует его продаже, что в полной мере соответствует определению, указанному в Законе о рекламе.

При этом, согласно Акту фиксации информации от 11.12.2012 г. специалистов антимонопольного органа, размещение автотранспортного средства с государственным номером «...», у здания по адресу: г. Новосибирск, ул. Станиславского, д. 19, не установлено.

В то же время, заявителем подставлены фотоизображения, свидетельствующие о размещении на указанном автомобиле рекламной информации следующего содержания:

«Золотая бочка». Предупреждаем о вреде чрезмерного употребления пива».

В соответствии с п. 6 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе, реклама алкогольной продукции 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.

Как установлено материалами дела, по адресу: г. Новосибирск, ул. Станиславского, д. 19 автомобиль с государственным номером «...» совершал остановку у здания.

Напротив места остановки вышеуказанного транспортного средства расположено образовательное учреждение - автошкола «Виразж плюс» (г. Новосибирск, ул. Станиславского, д. 16; Лицензия № 5856 от 22.06.2011 г., выданная Министерством образования, науки и инновационной политики Новосибирской области, бессрочно).

Расстояние от здания, где размещено данное учебное заведение до здания, у которого осуществлялась остановка автотранспортного средства с гос. номером А 207 ХН 154 RUS, и на котором размещена реклама алкогольной продукции, составляет 69, 26 м.

Измерения производились с использованием прибора – лазерного дальномера марки Disto D3a (изготовитель – «Leica Disto», Австрия), заводской номер <...> . Свидетельство о поверке №698, выданное ОАО «СТРОЙИЗЫСКАНИЯ»).

Данные обстоятельства указывают на нарушение требований п.6 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение требований ч.2 ст.21 Закона о рекламе несет рекламодатель (ст. 38 Закона о рекламе).

В соответствии с п.7 ст.3 Закона о рекламе, рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

На запрос антимонопольного органа (исх. №06-8799 от 12.12.2012 г.) Управление государственной инспекции безопасности дорожного движения сообщило, что согласно учетно-регистрационным данным АИПС «Автомобиль», транспортное средство ГАЗ 2705 с государственным номером «...», 2007 г. выпуска, цвет белый зарегистрирован за гражданином «...» (вх. № 248 от 15.01.2013 г.).

Принимая во внимание тот факт, что рекламная информация размещена на автотранспортном средстве владельцем которого является «...», рекламодателем является указанное физическое лицо.

При этом, согласно Письму ФАС России от 01 октября 2009 г. N АК/34209 « О разъяснении некоторых положений Федерального закона «О рекламе», парковка автотранспорта, на котором размещена реклама пива, на расстоянии менее 100 метров от указанных в Законе строений или сооружений допустима в случае, если она временна и не носит систематического характера (связана с выгрузкой конкретного груза либо проведением конкретного соревнования по адресу, расположенному в пределах зоны, где реклама пива не допускается).

В связи с тем, что материалы дела не содержат документального подтверждения систематического характера остановки рассматриваемого автомобиля для выполнения разгрузочных работ, Комиссия приходит к выводу, что наличие факта нарушения п. 6 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе в действиях «...» не подтвердилось.

Руководствуясь абзацем «а» пункта 36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

#### ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Производство по делу № 5 прекратить.