

РЕШЕНИЕ

Резолютивная часть решения оглашена «27» августа 2013 г.

Решение в полном объеме изготовлено «29» августа 2013 г.
Новосибирск

г.

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

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

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

Д.А. Былина – специалист-эксперт отдела рекламы,

рассмотрев дело № 50, возбужденное в отношении Общества с ограниченной ответственностью «РИМ-С» (юридический адрес: 630091, Новосибирск г., Красный пр-т., д. 54; ИНН 5406150239), по факту размещения в марте 2013 г. на рекламной конструкции, расположенной на отрезке участка Советского шоссе, в непосредственной близости от транспортной развязки, ведущей в сторону р.п. Краснообск Новосибирского района Новосибирской области, информации следующего содержания:

«Новое ждет _ Bavaria _ Чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью», с изображением бутылки рекламируемого пива, с признаками нарушения:

- п.5 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 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,

в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - ООО «РИМ-С» - директора «...»,

У С Т А Н О В И Л А:

В рамках наблюдения за выполнением обязательных требований Закона о рекламе Новосибирским УФАС России установлено следующее.

На рекламной конструкции, расположенной на отрезке участка Советского шоссе, в непосредственной близости от транспортной развязки, ведущей в сторону р.п. Краснообск Новосибирского района Новосибирской области, размещалась информация следующего содержания:

«Новое ждет _ Bavaria _ Чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью», с изображением бутылки рекламируемого пива (Акты фиксации информации от 07.03.2013 г. и 13.03.2013 г.).

Согласно ст. 3 Закона 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;

товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Таким образом, с учетом способа распространения, по своему содержанию, данная информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение их внимания, формирование или поддержание интереса к объекту рекламирования (пиву определенной марки), что способствует продвижению указанного товара и его реализации, то есть в полной мере обладает всеми признаками рекламы.

Согласно Актам фиксации информации от 07.03.2013 г. и 13.03.2013 г., указанная рекламная информация (баннерная основа), наклеенная на конструкцию, имеет незначительные надрывы в некоторых местах рекламной площади баннера, которые не способны повлиять на содержание информации и восприятие ее неопределенным кругом лиц.

Согласно подпункту "г" пункта 3 статьи 1 Федерального закона от 18.07.2011 "О внесении изменений в Федеральный закон от 18.07.2011 N 218-ФЗ "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции" и отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившим силу Федерального закона "Об ограничениях розничной продажи и потребления (распития) пива и напитков, изготавливаемых на его основе" (далее - Закон N 218-ФЗ), с 1 июля 2012 года под алкогольной продукцией понимается пищевая продукция, которая произведена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции, за исключением пищевой продукции в соответствии с перечнем, установленным Правительством Российской Федерации. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как спиртные напитки (в том числе водка), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива.

В соответствии с ч.1 ст.19 Федерального закона «О рекламе», распространение наружной рекламы с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее - рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта осуществляется владельцем рекламной конструкции, являющимся рекламораспространителем, с соблюдением требований настоящей статьи.

В силу статьи п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе», реклама алкогольной продукции 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.

В результате дальнейшей проверки также установлено.

Согласно ответу на запрос антимонопольного органа ООО «РИМ-С» (вх. № 4626 от 13.06.2013 г.), рассматриваемая рекламная информация размещалась на рекламной конструкции, принадлежащей ООО «РИМ-С» на основании Разрешения № 223 на установку рекламной конструкции от 21.01.2013 г., выданного Администрацией Новосибирского района Новосибирской области.

В соответствии с письменными пояснениями Общества (вх. № 4626 от 13.06.2013 г.), рекламная информация указанного содержания Обществом в период с начала текущего года по настоящее время не размещалась.

Фрагменты плаката оказались на фанерных планшетах рекламной конструкции по причине того, что они были приклеены для размещения, которое имело место в середине 2011 г. на другой рекламной конструкции. Эти планшеты были использованы как заполнение в новой рекламной конструкции, при этом монтажники Общества не смогли полностью очистить поверхность щита от остатков плаката.

Руководителю технической службы Общества «...» объявлен выговор.

Таким образом, Общество не отрицает факт размещения рассматриваемой рекламной информации, что свидетельствует о признаках нарушения п.5 ч.2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

За нарушение п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» ответственность несет рекламораспространитель, т.е. лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (п.7 ст.3 Федерального закона «О рекламе»).

Принимая во внимание факт выдачи разрешения на рассматриваемую рекламную конструкцию ООО «РИМ-С», именно указанное лицо является ответственным за нарушение требований законодательства о рекламе.

На рассмотрение дела Комиссией Новосибирского УФАС России представитель Общества не согласился с наличием нарушения, указал, что на рекламном щите присутствуют фрагменты плаката, которые практически полностью выцвели от времени, также указанные фрагменты плаката не являются рекламным изображением, поскольку не обладают целостностью и с любого расстояния детали изображения невозможно различить из-за возраста плаката. Фрагменты плаката были закрыты белым материалом, который был сорван порывом ветра. Ветер в тот период достигал скорости 15-20 м/с.

Комиссия Новосибирского УФАС России отклоняет данные доводы, поскольку они противоречат фактическим обстоятельствам и материалам дела.

Представитель «...» также указал, что по данному факту была проведена служебная проверка, виновные лица установлены и привлечены к дисциплинарной ответственности.

Согласно п.4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации. Ненадлежащая реклама не допускается.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия, руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13 марта 2006 г. и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

1. Признать Общество с ограниченной ответственностью «РИМ-С» (юридический адрес: 630091, Новосибирск г., Красный пр-т., д. 54; ИНН 5406150239) нарушившим требования п.5 ч.2 ст.21 Закона о рекламе: реклама алкогольной продукции 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,

а информацию, размещенную 7 - 13 марта 2013 г. на рекламной конструкции, расположенной на участке Советского шоссе, в непосредственной близости от транспортной развязки, ведущей в сторону р.п. Краснообск Новосибирского района Новосибирской области, следующего содержания:

«Новое ждет _ Bavaria _ Чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью», с изображением бутылки рекламируемого пива, ненадлежащей рекламой.

2. Выдать ООО «РИМ-С» предписание об устранении нарушения законодательства РФ о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Новосибирского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

«29» августа 2013 г.

г. Новосибирск

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

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

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

Д.А. Былина – специалист-эксперт отдела рекламы,

на основании своего решения от 29 августа 2013 г. по делу № 50 о признании информации, размещенной 7 - 13 марта 2013 г. на рекламной конструкции, расположенной на участке Советского шоссе, в непосредственной близости от транспортной развязки, ведущей в сторону р.п. Краснообск Новосибирского района Новосибирской области, ненадлежащей рекламой,

в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Обществу с ограниченной ответственностью «РИМ-С» (юридический адрес: 630091, Новосибирск г., Красный пр-т., д. 54; ИНН 5406150239) в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе. Для этого прекратить распространение рекламы с нарушением требований:

п.5 ч.2 ст.21 Закона о рекламе: реклама алкогольной продукции 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, в том числе рекламы, следующего содержания:

«Новое ждет _ Bavaria _ Чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью», с изображением бутылки рекламируемого пива.

2. ООО «РИМ-С» представить в Новосибирское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания, в срок до «01» октября 2013 г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Новосибирское УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей, на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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