

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Сахалинской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: - Могилевкин А.Г. – заместитель руководителя управления;

Члены Комиссии: - Силина О.М. – старший государственный инспектор отдела контроля монополистической деятельности, недобросовестной конкуренции и рекламы;

- Коробочка А.Г. – специалист-эксперт отдела контроля монополистической деятельности, недобросовестной конкуренции и рекламы,

рассмотрев дело № 3 по признакам нарушения п. 5 ч. 2 и ч. 3 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»), выразившегося в распространении наружной рекламы алкогольной продукции без предупреждения о вреде ее чрезмерного употребления на западной лицевой стене здания магазина «Гильдия», расположенного по адресу: г. Южно-Сахалинск, ул. Комсомольская, 239-А, с использованием рекламных щитов-растяжек,

в присутствии лиц (представителей), в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

- генерального директора ООО «АКРО-ЦЕНТР» Кротова А.Ю. (приказ №1 от 17.10.2008 г.);

- представителя ООО «Гильдия» Барабанова Е.В. (доверенность от 04.02.2009 г.),

УСТАНОВИЛА:

В рамках осуществления государственного контроля за соблюдением законодательства о рекламе, отделом контроля монополистической деятельности, недобросовестной конкуренции и рекламы установлено следующее.

На западной лицевой стене здания магазина «Гильдия», расположенного по адресу: г. Южно-Сахалинск, ул. Комсомольская, 239-А, с использованием рекламных щитов-растяжек размещена наружная реклама различных марок алкогольной продукции, в том числе водки, коньяка, вина.

Согласно п. 5 ч. 2 ст. 21 ФЗ «О рекламе», реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений. Таким образом, при размещении рекламы алкогольной продукции на магазине «Гильдия» нарушены требования п. 5 ч. 2 ст. 21 ФЗ «О рекламе»

Согласно ч. 3 ст. 21 ФЗ «О рекламе», реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления. В рекламе алкогольной продукции, реализуемой магазином «Гильдия», такое предупреждение отсутствует, что недопустимо в соответствии со ст. 21 ФЗ «О рекламе».

В магазине по адресу: ул. Комсомольская, 239-А, осуществляется реализация алкогольной продукции, в том числе и указанных в наружной рекламе видов алкогольной продукции ООО «Гильдия» (693000, г. Южно-Сахалинск, пр-т Мира, 19, офис 37).

19.02.2009 г. в отношении ООО «Гильдия» по факту нарушения законодательства о рекламе было возбуждено дело № 3. На первом заседании Комиссии по рассмотрению дела № 3 было принято решение о привлечении к участию в деле ООО «АКРО-ЦЕНТР», поскольку указанное общество на основании договора с ООО «Гильдия» является рекламопроизводителем и рекламораспространителем указанной рекламы алкогольной продукции. Представитель ООО «Гильдия» согласился с мнением Комиссии. Рассмотрение дела назначено на 18.03.2009 г.

В своих письменных пояснениях генеральный директор ООО «АКРО-ЦЕНТР» Кротов А.Ю. указал, что в феврале 2009 г. по обращению ООО «Гильдия» ООО «АКРО-ЦЕНТР» изготовило несколько эскизов баннеров для размещения на здании магазина «Гильдия». В процессе подготовки баннеров несколько пробных макетов были поочередно размещены на магазине для того, чтобы наглядно выбрать наиболее подходящий вариант. 20 февраля 2009 г. был утвержден окончательный вариант баннеров, который в последствии и был смонтирован.

Согласно письменным пояснениям директора ООО «Гильдия» Молодцова Е.Б., ООО «АКРО-ЦЕНТР», разработав несколько эскизов баннеров, без согласия ООО «Гильдия» разместило эти баннеры на стене магазина по ул. Комсомольской, 239-А. Окончательный вариант баннеров был утвержден позже и смонтирован 24 февраля 2009 г. О факте распространения рекламы, не соответствующей требованиям законодательства о рекламе, на магазине, в котором ООО «Гильдия» осуществляет торговую деятельность, ООО «Гильдия» ничего не знало, а узнало лишь только после получения запроса от антимонопольного органа. В настоящее время на магазине размещается реклама, которая полностью соответствует требованиям федерального законодательства.

18.03.2009 г. на заседании Комиссии представители ООО «Гильдия» и ООО «АКРО-ЦЕНТР» свою позицию, изложенную в письмах подтвердили, факты нарушений законодательства о рекламе не признали.

Исследовав документы, имеющиеся в материалах дела, и выслушав объяснения лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, Комиссией Сахалинского УФАС России установлено следующее.

Отношения в сфере рекламы независимо от места ее производства, если распространение рекламы осуществляется на территории Российской Федерации, регулируются ФЗ «О рекламе».

Согласно п. 1 ст. 3 ФЗ «О рекламе», рекламой является 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.

Под объектом рекламирования, согласно п. 2 ст. 3 ФЗ «О рекламе», понимается товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

В соответствии с ч. 1 ст. 19 ФЗ «О рекламе», под наружной рекламой понимается распространение 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.

Крупномасштабные баннеры (щиты-растяжки), расположенные на западной лицевой стене здания магазина «Гильдия», расположенного по адресу: г. Южно-Сахалинск, ул. Комсомольская, 239-А, на которых размещается реклама алкогольной продукции, являются рекламными конструкциями и имеют значительную площадь изображения.

Данная реклама алкоголя направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке, а также на привлечение внимания к продавцу – в данном случае к ООО «Гильдия», способствует осуществлению его деятельности.

Достигается это за счет значительной площади изображения, а именно на стене магазина «Гильдия» размещено четыре объекта рекламной информации, занимающих значительную площадь.

Наружная реклама, размещенная на магазине «Гильдия» до начала проверки антимонопольным органом является рекламой алкогольной продукции (без предупреждения о вреде ее чрезмерного потребления), поскольку в ее изображении используются конкретные марки водки, коньяка, вина.

Наружная реклама, размещенная впоследствии, также является рекламой алкогольной продукции (без необходимого предупреждения), поскольку в ней используются изображения-образы бутылок, которые ассоциируются у потребителей с алкогольной продукцией. Более того, в одном из баннеров, размещенных впоследствии (второй баннер), используется изображение трех бутылок коньяка в более мелком изображении, однако однозначно воспринимаемых потребителями в качестве алкогольной продукции.

Статья 21 ФЗ «О рекламе» имеет основной своей целью ограничение распространения рекламы алкогольной продукции, поскольку государство уделяет повышенное внимание недопустимости употребления алкогольной продукции лицами младше 18 лет. Именно поэтому законодателем установлены столь жесткие ограничения для рекламы продукции данного вида. Несмотря на установленные запреты, ООО «Гильдия» и ООО «АКРО-ЦЕНТР» размещали и разместили впоследствии данную рекламу с одной основной целью – привлечь внимание потребителей к товару – алкогольной продукции, и продавцу – ООО «Гильдия».

Данное нарушение имеет повышенную опасность, поскольку в районе распространения указанной рекламы находится Городская детская поликлиника, средние школы № 21 и № 22. Реклама алкоголя, несмотря на это обращена лицевой стороной в сторону ул. Комсомольской, что делает ее более доступной для восприятия потребителями, в том числе детьми и подростками в возрасте до 18 лет.

Поскольку реклама алкогольной продукции распространяется на здании, в котором осуществляет свою деятельность ООО «Гильдия», рекламодателем помимо ООО «АКРО-ЦЕНТР» является также и ООО «Гильдия».

В соответствии со ст. 38 ФЗ «О рекламе», за нарушение требований, установленных частями 2,3 статьи 21 ФЗ «О рекламе» ответственность несут рекламодатель, рекламопроизводитель и рекламодателем.

Рекламодателем, в соответствии с п. 5 ст. 3 ФЗ «О рекламе», является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно п. 7 ст. 3 ФЗ «О рекламе», рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, которое несет ответственность за нарушение требований, установленных частями 2-4 статьи 22 ФЗ «О рекламе».

Рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму (п. 6 ст. 3 ФЗ «О рекламе»).

Таким образом, являясь рекламодателем и рекламодателем рекламы алкогольной продукции стене здания магазина «Гильдия», расположенного по адресу: г. Южно-Сахалинск, ул. Комсомольская, 239-А, с использованием рекламных щитов-растяжек, ООО «Гильдия» нарушило требования частей 2,3 ст. 21 ФЗ «О рекламе».

Являясь рекламопроизводителем и рекламодателем рекламы алкогольной продукции стене здания магазина «Гильдия», расположенного по адресу: г. Южно-Сахалинск, ул. Комсомольская, 239-А, с использованием рекламных щитов-растяжек, ООО «АКРО-ЦЕНТР» нарушило требования частей 2,3 ст. 21 ФЗ «О рекламе».

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 ненадлежащей рекламу алкогольной продукции, распространяемую до 20 февраля 2009 г. ООО «Гильдия» и ООО «АКРО-ЦЕНТР» на западной лицевой стене здания магазина «Гильдия», расположенного по адресу: г. Южно-Сахалинск, ул. Комсомольская, 239-А, с использованием рекламных щитов-растяжек, без предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции, поскольку в ней нарушены требования частей 2,3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Признать ненадлежащей рекламу алкогольной продукции, распространяемую после 24 февраля 2009 г. ООО «Гильдия» и ООО «АКРО-ЦЕНТР» на западной лицевой стене здания магазина «Гильдия», расположенного по адресу: г. Южно-Сахалинск, ул. Комсомольская, 239-А, с использованием рекламных щитов-растяжек, без предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции, поскольку в ней нарушены требования частей 2,3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

3. Выдать ООО «Гильдия» и ООО «АКРО-ЦЕНТР» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Сахалинского УФАС России для возбуждения в отношении ООО «Гильдия» и ООО «АКРО-ЦЕНТР» дел об административных правонарушениях, предусмотренных статьей 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.

Председатель Комиссии

А.Г. Могилевкин

Члены Комиссии

О.М. Силина

А.Г. Коробочка