

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, рассмотрев дело №196-ФАС22-Р/12-10 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в городе Барнауле ненадлежащей наружной рекламы пива в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – индивидуального предпринимателя Л.,

УСТАНОВИЛА:

управлением Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю, с целью осуществления государственного контроля в области рекламы при проверке наружной рекламы в г. Барнауле, были выявлены признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее Федеральный закон «О рекламе»).

В витрине торгово-развлекательного центра «Юность», расположенного по адресу: ул.Э.Алексеевой, 37, слева от входной двери размещены рекламные конструкции с изображением пивных кружек, наполненных пивом. Реклама сопровождается следующими текстами: «Чешское фильтрованное; Чешское нефилтрованное; Андреич светлое; Жигулевское бочкари; Ирландский Эль; Бочковое; Лимонад», «Розливное пиво Андреич».

В соответствии с п.6 ч.2 ст. 22 Федерального закона «О рекламе» Федерального закона «О рекламе» 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.

Фактическое расстояние от рекламных конструкций с рекламой пива, размещенных в витрине торгово-развлекательного центра «Юность», до здания детского сада № 100 «Белочка» (г.Барнаул, ул.Э.Алексеевой, 39) составляет 70,0 метров, до здания профессионального училища № 33 (г.Барнаул, ул.Э.Алексеевой, 40) составляет 51,0 метр, что нарушает требование, установленное п.6 ч.2 ст. 22 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с ч.3 ст. 22 Федерального закона «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, и такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

В рассматриваемой рекламе предупреждение о вреде чрезмерного потребления пива и напитков, изготавливаемых на его основе отсутствует, что противоречит ч.3 ст. 22 Федерального закона «О рекламе».

На заседании Комиссии управления Федеральной антимонопольной службы по

Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее Комиссия) индивидуальный предприниматель Л. факт нарушения Федерального закона «О рекламе» признал.

Комиссия, исследовав материалы дела и заслушав доводы индивидуального предпринимателя Л., пришла к следующим выводам.

В соответствии со ст.3 Федерального закона «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.

Рассматриваемая информация с изображением полностью соответствует легальному определению понятия «реклама». Реклама размещена в витринах магазина, доступна для всеобщего обозрения, обращена к неопределенному кругу лиц, находящихся вне помещения магазина. Она направлена на привлечение внимания потребителей к такому товару, как пиво с целью продвижения его на рынке, формирование и поддержание интереса к указанной продукции.

Распространение рекламы пива на расстоянии ближе, чем сто метров от образовательного и детского учреждения, а также без предупреждения о вреде чрезмерного потребления пива запрещено в силу п.6 ч.2 ст.22, ч.3 ст.22 Федерального закона «О рекламе», следовательно, в витрине торгово-развлекательного центра «Юность» по адресу: г. Барнаул, ул. Э.Алексеевой, 37, размещена реклама пива с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе. Согласно п.4 ст.3 Федерального закона «О рекламе», ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно п.6, п.7 ст.38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных п.6 ч.2 ст.22 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель, за нарушение требований, установленных ч.3 ст.22 Федерального закона «О рекламе» несет как рекламодатель, так и рекламодатель-распространитель.

В соответствии с Федеральным законом «О рекламе», рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо

Рекламодателем и рекламодатель-распространителем рекламной информации, содержащей признаки нарушения п.6 ч.2 ст.22, ч.3 ст. 22 Федерального закона «О рекламе», является ИП Л.

На основании вышеизложенного Комиссией установлен факт нарушения индивидуальным предпринимателем Л. п.6 ч.2 ст.22, ч.3 ст.22 Федерального закона «О рекламе», выразившегося в размещении в витрине торгово-развлекательного центра «Юность» по адресу: г. Барнаул, ул. Э.Алексеевой, 37 рекламы пива, которая находится ближе, чем сто метров от образовательного и детского учреждения, и в которой отсутствует предупреждение о вреде чрезмерного

потребления пива.

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 наружную рекламу пива, размещенную индивидуальным предпринимателем Локтионовым Д.И. в витрине торгово-развлекательного центра «Юность», расположенного по адресу: г. Барнаул, ул. Э.Алексеевой, 37, поскольку при ее размещении нарушены требования п.6 ч.2 ст.22, ч.3 ст.22 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать рекламодателя, рекламораспространителя – индивидуального предпринимателя Л. нарушившим требования п.6 ч.2 ст.22, ч.3 ст.22 Федерального закона «О рекламе».

3. Выдать индивидуальному предпринимателю Л. предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу УФАС по Алтайскому краю для возбуждения в отношении индивидуального предпринимателя Л. дела об административном правонарушении, предусмотренном ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Резолютивная часть решения объявлена 19 января 2011 года.

Решение изготовлено в полном объеме 19 января 2011 года.

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