

РЕШЕНИЕ

по делу №72 о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

23 августа 2013 года

г. Ставрополь

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Ставропольскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Сапунов Д.Н. – председатель Комиссии, заместитель руководителя управления;

Жуков И.А. – член Комиссии, главный специалист-эксперт отдела надзора за соблюдением рекламного законодательства и пресечения недобросовестной конкуренции;

Маскаева Н.В. – член Комиссии, государственный инспектор отдела надзора за соблюдением рекламного законодательства и пресечения недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело №72 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, по факту распространения ИП <.....> рекламы, содержащей признаки нарушения пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38 – ФЗ «О рекламе»,

в присутствии ИП <.....>,

УСТАНОВИЛА:

В городе Ставрополе, 29 июня 2013 года, по улице Серова, 2/2, был выявлен факт размещения наружной рекламы (штендер) следующего содержания: «ПИВО от производителя. Заправка №1. Карачаевское 1л. – 72, Бавар. темное 1л. – 62, Эссентукское 1л. – 66, Эссентукское 1л. – 38, Баварское неф. 1л. – 62, Баварское 1л. – 60, СССР 1л. – 68, Сладовар 1л. – 90, Шумерская 1л. – 78, ул. Серова, 2/2 (сзади здания), с 10-00 – 22-00. Мы вас заправим и в добрый путь отправим! Минздравсоцразвития России предупреждает, чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью».

Данная реклама адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, а именно к алкогольной продукции, реализуемой ИП <.....>.

Вышеуказанная наружная реклама распространяется с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций).

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «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 и поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке.

В соответствии с частью 2 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе», объект рекламирования – 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.

Исходя из части 5 статьи 3 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе», рекламодаделец – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) рекламы лицо.

Исходя из части 7 статьи 3 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе», рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно пункту 7 статьи 2 Федерального закона «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» 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.

Таким образом, к алкогольной продукции относится пиво с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции.

В соответствии с пунктом 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ «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.

На основании части 7 статьи 38 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ «О рекламе», за нарушение пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ «О рекламе», ответственность несет рекламодатель.

На рассмотрении дела ИП <.....> согласился с допущенным нарушением Федерального закона «О рекламе» и пояснил, что нарушения произошли по незнанию требований Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе».

Следовательно, ИП <.....> допущено нарушение пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.06 «О рекламе», выразившееся в распространении в городе Ставрополе наружной рекламы алкогольной продукции (пиво) с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций).

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, распространенную ИП <.....>, поскольку в ней нарушены требования пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38 – ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ИП <.....> предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

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

Решение изготовлено в полном объеме 23.08.2013 г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.