

РЕШЕНИЕ

«26» мая 2011 год

г. Ханты-Мансийск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Ханты-Мансийскому автономному округу – Югре по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

//

Члены Комиссии:

//

//

рассмотрев дело № 02-21-102/2011 по признакам нарушения пункта 6 части 1, части 3 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», возбужденного в отношении <...>,

в присутствии ИП <...> (г.Ханты-Мансийск, //),

УСТАНОВИЛА:

Ханты-Мансийским УФАС России в ходе осуществления государственного контроля за соблюдением требований рекламного законодательства выявлено, что напротив Окружной клинической больницы г.Ханты-Мансийск через проезжую часть расположен торговый павильон (ИП <...>), на стене которого размещен баннер с рекламой пива «Миллер» без предупреждающей надписи о вреде чрезмерного употребления пива, а также два плаката с рекламой пива «Шихан», «Три медведя», Шихан живое пиво», «Жигулевское» с предупреждающими надписями;

В действиях ИП <...> установлены признаки нарушения требований:

- пункта 6 части 1 статьи 22 «Реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе» Закона о рекламе (далее по тексту – Закон о рекламе), в части размещения рекламы пива на торговом павильоне ближе ста метров от медицинского учреждения Окружная клиническая больница г.Ханты-Мансийск;

- части 3 статьи 22 Закона о рекламе, в части отсутствия в рекламе пива и напитков, изготавливаемых на его основе, предупреждения о вреде чрезмерного потребления пива и напитков, изготавливаемых на его основе, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади. В данной рекламе такое предупреждение отсутствует.

В соответствии с пунктом 6 части 2 статьи 22 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.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе рекламой является – информация, распространяемая любым способом в любой форме и с использованием любых средств, адресованная не определенному кругу лиц и направленная на привлечения внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижения на рынке.

Из анализа представленных материалов, следует:

Рекламопроизводитель (ч.6 ст.3 Закона о рекламе) – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму;

Из материалов дела следует, что ИП <...> изготовил рекламу и самостоятельно определил объект рекламирования, следовательно является рекламопроизводителем.

Рекламораспространитель (ч.7 ст.3 закона о рекламе) – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств. ИП <...> распространяет рекламу посредством размещения рекламного баннера и плакатов на стенах павильона «Павлин» (//, следовательно является рекламораспространителем.

На основании Ситуационной схемы прилегающей территории предельного расстояния от павильона в 100 метров, выкопировки топографической съемки в масштабе 1:1000, представленной Департаментом градостроительства и Жилищно-коммунального хозяйства МО ХМАО-Югры городской округ город Ханты-Мансийск от 20.05.2011 № 5354 следует, что фактическое расстояние от павильона (адрес: г. Ханты-Мансийск, ул. // до медицинского учреждения составляет – 31,3 метра.

На основании вышеизложенного, реклама пива «Миллер» без предупреждающей надписи о вреде чрезмерного употребления пива, а также два плаката с рекламой пива «Шихан», «Три медведя», «Шихан живое пиво», «Жигулевское» с предупреждающими надписями - является ненадлежащей рекламой, так как в при ее распространении установлены нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно пункта 6 части 1 статьи 22, части 3 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 4 статьи 38 Закона о рекламе, рекламораспространитель, рекламоатель, рекламопроизводитель несут ответственность за нарушение требований пункта 6 части 1, части 3 статьи 22 Закона о рекламе.

Руководствуясь статьей 33, частью 1 статьи 36, частями 4, 7 статьи 38 Федерального закона о 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-43, 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом де, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламопроизводителем, рекламораспространителем – ИП <...> нарушившим требования пункта 6 части 1 статьи 22, части 3 статьи 22 Закона о рекламе.

2. ИП <...> – выдать предписание об устранении правонарушения о рекламе;

3. Предать материалы дела уполномоченному должностному лицу Ханты-Мансийского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Председатель Комиссии

//

Члены Комиссии

//

//

Решение в полном объеме изготовлено 27.05.2011 г..

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

