

## РЕШЕНИЕ

Дата оглашения решения: 06 сентября 2012 г.

г. Иваново

Дата изготовления решения: 07 сентября 2012 г.

Комиссия Ивановского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе (далее - Комиссия): <...>; рассмотрев дело № 07-18/2012-035, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

- ООО «Ивановский Консалтинговый Центр» (г. Иваново, ул. Почтовая, д. 9/37), <...> – представителя по доверенности,

### УСТАНОВИЛА:

В Ивановское УФАС России поступило заявление, в котором содержится информация о наличии признаков нарушения законодательства РФ о рекламе. Так, в городе Иваново в июне 2012 года у Клиники Современной Медицины (ул. Куконковых, д. 142) размещалась реклама следующего содержания: «Золотая Бочка. Стабильный повод для встреч. Предупреждаем о вреде чрезмерного употребления пива».

Указанная реклама содержит признаки нарушения п. 6 ч. 2 ст. 22 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), согласно которому 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).

Ивановским УФАС России по данному факту 09 августа 2012 года возбуждено дело № 07-18/2012-035 по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе.

Рассмотрев материалы дела, выслушав объяснения представителя ООО «Ивановский Консалтинговый Центр», Комиссия пришла к следующим выводам.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе ненадлежащей является реклама не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с ч. 1 ст. 3 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.

Информация: «Золотая Бочка. Стабильный повод для встреч. Предупреждаем о вреде чрезмерного употребления пива» содержит информацию рекламного характера, исходя из следующих присутствующих в ней признаков рекламы:

- предназначена для неопределенного круга лиц;
- распространена с помощью рекламной конструкции;
- направлена на привлечение внимания к пиву «Золотая Бочка», призвана формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования, способствует его продвижению на рынке.

В рассматриваемом случае реклама пива распространялась у Клиники

Современной Медицины, которая осуществляет медицинскую деятельность по следующим направлениям: аллергология, амбулаторные операции, вакцинопрофилактика, гастроэнтерология, гематология, гинекология, дерматовенерология, кардиология, онкология, офтальмология, рентген, урология, хирургия, эндокринология и т.д. Следовательно, указанная реклама нарушает п. 6 ч. 2 ст. 22 Закона о рекламе.

22 июля 2011 года был опубликован и вступил в силу, за исключением отдельных положений, Федеральный закон «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 № 218-ФЗ). Согласно Закону № 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. Статьей 3 указанного закона в Закон о рекламе внесены изменения, касающиеся порядка распространения рекламы алкогольной продукции, а также пива и напитков, изготавливаемых на его основе, которые вступили в силу с 23 июля 2012 года. В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона № 218-ФЗ с 23.07.2012 статья 22 Закона о рекламе утратила силу, и требования к алкогольной продукции теперь устанавливаются статьей 21 Закона о рекламе.

Согласно п. 6 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции 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.

Соответственно, указанный запрет на размещение рекламы алкогольной продукции ближе чем сто метров от медицинских организаций не утратил силу и действует в настоящее время.

Следовательно, поскольку нарушение было совершено в июне 2012 года, когда ст. 22 Закона о рекламе действовала, подлежит применению п. 6 ч. 2 ст. 22.

За нарушение требований п. 6 ч. 2 ст. 22 Закона о рекламе, согласно части 7 статьи 38 данного закона ответственность несет рекламодатель.

Рекламодателем в данном случае является ООО «Ивановский Консалтинговый Центр».

Представитель ООО «Ивановский Консалтинговый Центр» Соловьева И.В. признала факт нарушения законодательства РФ о рекламе, а также пояснила, что рекламный постер пива «Золотая Бочка» был смонтирован по адресу: г. Иваново, ул. Куконковых, д. 142, предполагая, что расстояние от щитовой установки до Клиники Современной Медицины составляет 100 метров. При просмотре фотоотчетов было обнаружено, что расстояние от щитовой установки составляет менее 100 метров, на что было принято решение перенести данную рекламу на щитовую установку по адресу: г. Иваново, ул. П. Большевикова, д. 141, размещение рекламы на которой

на тот период времени соответствовало законодательству РФ о рекламе. Таким образом, Комиссия Ивановского УФАС России считает, что вина за распространение ненадлежащей рекламы лежит на ООО «Ивановский Консалтинговый Центр».

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 рекламу «Золотая Бочка. Стабильный повод для встреч. Предупреждаем о вреде чрезмерного употребления пива», размещенную в июне 2012 года в городе Иваново у Клиники Современной Медицины по адресу: ул. Куконковых, д. 142, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования п. 6 ч. 2 ст. 22 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать, в связи с прекращением распространения указанной рекламы.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Ивановского УФАС России для возбуждения дел об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

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

< Подписи членов комиссии >