

## РЕШЕНИЕ

27 мая 2009 г.

г. Омск

Комиссия Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – Шаров В.А., заместитель руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии: Шмакова Т.П. – начальник отдела контроля размещения государственного заказа;

Морозов А.А. – начальник отдела рекламы;

Цынгалова Е.А. – ведущий специалист – эксперт отдела рекламы;

Невойт Е.А. – специалист 1 разряда отдела рекламы,

рассмотрев дело № 06-10.1/05-2009 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения предпринимателем Котивым Ярославом Михайловичем рекламы пива на фасаде киоска «Хмель да Солод», расположенного по адресу: ул. Звездава, 101 «б», в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - предпринимателя Котива Я.М.,

### УСТАНОВИЛА:

В результате проверки наружной рекламы, распространяемой в г. Омске (справка о проведении проверки от 07.05.09), специалистами Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области выявлен факт размещения на фасаде и в витрине киоска «Хмель да солод», расположенного около дома по адресу: ул. Звездава, 101, в котором осуществляет деятельность по реализации пива предприниматель Котив Ярослав Михайлович, рекламы: «Живое пиво», а также изображения горлышка бутылки и крышки с товарным знаком «EFES» и бутылки с товарным знаком «Green beer». На расстоянии около 35 метров от киоска «Хмель да Солод» находится медицинское учреждение – МУЗ «Детская городская поликлиника № 8» (ул. Куйбышева, 29, г. Омск). Замер расстояния был осуществлен 07.05.2009 специалистами Омского УФАС России (справка о проведении проверки от 07 мая 2009 года) с использованием лазерного дальномера LEICA DISTO A5, зарегистрирован в Государственном реестре средств измерений за № 30855-05 и допущен к применению в РФ (сертификат СН.С27.010.А № 22858, действителен до 01.01.2011). Кроме того, при помощи фотоаппарата «Samsung S 1060» были сделаны фотоснимки, связанные с проверкой рекламы, распространяемой на указанном торговом киоске «Хмель да солод», которые были приложены к данной справке. По определению (пункт 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе») реклама - это 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 «Живое пиво», распространенная на фасаде торгового киоска «Хмель да Солод», является рекламой пива, поскольку адресована неопределенному кругу лиц (размещена на внешней стороне торгового киоска), направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (пиву). Кроме того, согласно части 4 статьи 2 специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения. В витрине киоска размещена реклама, в которой использованы обозначения «EFES» и «Green beer», применяемые для индивидуализации товаров, в том числе одноименного пива. При этом графическое и цветное изображение «EFES» и «Green beer» явно сходно с графическим и цветовым исполнением этикеток одноименного пива, в силу чего, данная реклама направлена на привлечение внимания, в том числе к рекламе пива «EFES» и «Green beer», распространение такой рекламы должно осуществляться с учетом требований части 4 статьи 2 и пункта 6 части 2 статьи 22 Федерального закона «О рекламе». Согласно пункту 6 части 2 статьи 22 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. По мнению Комиссии, вышеуказанная реклама пива («Живое пиво», «EFES» и «Green beer») является ненадлежащей, т.к. в ней допущено нарушение п. 6 части 2 статьи 22 Федерального закона «О рекламе» (размещена ближе 100 метров от МУЗ «Детская городская поликлиника № 8»). Из объяснений предпринимателя Котива Я.М. от 19.05.2009 года следует, что торговый киоск он приобрел недавно, что подтверждается договором купли-продажи от 17.03.2009, о местонахождении МУЗ «Детская городская поликлиника № 8» на расстоянии менее 100 метров от купленного им киоска не знал.

Руководствуясь пунктом 2 части 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 пива, размещенную на фасаде и в витрине киоска «Хмель да Солод», расположенного около дома по адресу: ул. Звездова, 101, нарушающей требования пункта 6 части 2 статьи 22 Федерального закона «О рекламе».
2. Выдать предпринимателю Котиву Ярославу Михайловичу предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Омского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в отношении предпринимателя Котива Ярослава Михайловича по статье 14.3

Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.  
Решение изготовлено в полном объеме 03 июня 2009 года.

Председатель Комиссии: В.А. Шаров

Члены Комиссии:

Т.П. Шмакова

А.А. Морозов

Е.А. Цынгалова

Е.А. Невоит