РЕШЕНИЕ

"05" декабря 2011 г. г. Благовещенск

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

председатель Комиссии: <…>, заместитель руководителя – начальник отдела товарных рынков и рекламы,

члены Комиссии: <…>, <…>, главные специалисты-эксперты отдела товарных рынков и рекламы, <…>, специалист-эксперт указанного отдела,

рассмотрев дело № Р-21/16 2011 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (требований части 4 статьи 2, части 7 статьи 5, пунктов 1 и 2 статьи 9, пункта 5 части 2 и части 3 статьи 21, части 3 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», далее – Федеральный закон «О рекламе»), возбужденное по фактам: размещения в 2011 г. на территории г. Благовещенска Амурской области (магазин «ПРОДУКТЫ» по <…>) наружной рекламы: - алкогольной продукции, средств индивидуализации алкогольной продукции и её изготовителей; - стимулирующего мероприятия; - пива, средств индивидуализации пива и его изготовителей,

в присутствии представителей:

заявителя – <…>, место жительства: <…>, не явилась, извещена о месте и времени рассмотрения дела надлежащим образом,

лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе –

Индивидуальный предприниматель С<…> (далее также – ИП С<…>, ИП С<…>., Предприниматель), место нахождения: <…>; место жительства: <…>, представитель: <…>, доверенность от <…>;

<…>, место жительства: <…>, не явился, извещен о месте и времени рассмотрения дела надлежащим образом,

заинтересованных лиц –

<…>, место жительства: <…>;

Общество с ограниченной ответственностью «Спутник» (далее – ООО «Спутник»), юридический адрес: <…>; место нахождения: <…>, представитель: <…>, доверенность от<…>;

Общество с ограниченной ответственностью «МЕГА БЛАГОВЕЩЕНСК» (далее – ООО «МЕГА БЛАГОВЕЩЕНСК»), юридический адрес: <…>, представитель: <…>, доверенность от <…>;

эксперта – ---, переводчика – ---.

УСТАНОВИЛА:

В Амурское УФАС России Управлением Роспотребнадзора по Амурской области по подведомственности для рассмотрения по существу направлено заявление жильцов дома по <…>, в том числе <…> от <…>. В заявлении указано, что в доме по вышеназванному адресу расположен магазин «ПРОДУКТЫ», принадлежащий ИП С<…>. Две входные двери магазина завешаны плакатами с бутылками пива. У центральной двери магазина висит объявление, в котором говорится, что «Северная Федерация» объявляет акцию – за покупку водки под названием «Северная Федерация», «Хлебное Подворье», «Русское Наследие», «Финнорд» покупатели получат баночку душистого меда. Заявители просили разобраться и принять соответствующие меры.

В ходе рассмотрения данного заявления, 23.08.2011 Амурским УФАС России на территории г. Благовещенска Амурской области путем фотографирования зафиксировано (приказ от 22.08.2010 № 274 «О проведении проверки наружной рекламы на территории г. Благовещенска») наружное оформление магазина «ПРОДУКТЫ» по вышеуказанному адресу.

12.10.2011 Амурским УФАС России по данным фактам возбуждено дело №Р-21/16 2011 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (требований части 4 статьи 2, части 7 статьи 5, пунктов 1 и 2 статьи 9, пункта 5 части 2 и части 3 статьи 21, части 3 статьи 22 Федерального закона «О рекламе») в отношении ИП С<…> (рекламодателя и рекламораспространителя). К участию в рассмотрении данного дела в качестве лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, в ходе рассмотрения дела привлечены: <…>, ООО «Спутник», ООО «МЕГА БЛАГОВЕЩЕНСК» (рекламодатели и рекламораспространители), К<…> (рекламораспространитель).

В ходе рассмотрения данного дела, исследовав его материалы, заслушав участвующих в деле лиц, установлены следующие обстоятельства.

В 2011 г., в том числе по состоянию на 23.08.2011, на территории г. Благовещенска Амурской области в виде наружного оформления объекта торговли магазина «ПРОДУКТЫ», расположенного по <…>, в том числе с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций) размещена следующая информация:

возле входных дверей, с западной и восточной сторон дома:

текст: «ОАО «ПИВОВАРЕННАЯ КОМПАНИЯ «БАЛТИКА» *АКЦИЯ!!! НОВАЯ ЦЕНА!!!* ДВ КЛАССИЧЕСКОЕ 0,5 С\Б 25.00 ДВ КЛАССИЧЕСКОЕ 1,5 ПЭТ 58-00 ДВ КЛАССИЧЕСКОЕ 2,5 ПЭТ 86-00», изображения: торговой марки пива «Балтика», бутылки и ПЭТ пива марки «ДВ классическое»,

на западной стене дома - возле входа в подвал:

текст: «ВИНО, ВОДКА», изображения: бутылок водки торговых марок «ABSOLUT», «SMIRNOFF»,

возле входной двери с западной стороны дома:

текст: «ВНИМАНИЕ АКЦИЯ «СЛАДКАЯ ПОКУПКА» При покупке одного литра водки (4

бут. по 0,25л. или 2 бут. по 0,5л. или 1 бут. 1л.) *«Северная Федерация»* *«Хлебное Подворье»* *«Русское Наследие»* *«Финнорд»* Вы получаете подарок - баночку душистого мёда!!!», изображения: торговых марок водки «хлебное ПодворьЕ», «северная ФЕДЕРАЦИЯ», «Русское Наследие», «FINNORD».

Вышеуказанная информация, в силу пунктов 1-3 статьи Федерального закона «О рекламе», является рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования, формирование и (или) поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке. Объектами рекламирования в данном случае являются: - пиво, средства индивидуализации пива и его изготовителей; - алкогольная продукция, средства индивидуализации алкогольной продукции и её изготовителей; - стимулирующее мероприятие.

В соответствии с частью 3 статьи 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. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и такому предупреждению должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

В силу части 4 статьи 2 Федерального закона «О рекламе»: 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.

Вместе с тем, вышеуказанная реклама пива, средств индивидуализации пива и его изготовителя («ОАО «ПИВОВАРЕННАЯ КОМПАНИЯ «БАЛТИКА» *АКЦИЯ!!! НОВАЯ ЦЕНА!!!...*») *не сопровождается* предупреждениями о вреде чрезмерного потребления пива необходимого размера.

Следовательно, данная реклама не соответствует требованиям части 3 статьи 22 и части 4 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» и, в силу пункта 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», является ненадлежащей.

Согласно статье 21 Федерального закона «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 (пункт 5 части 2);

реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться

предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства) – часть 3.

Тогда как, вышеназванная реклама алкогольной продукции, средств индивидуализации алкогольной продукции и её изготовителей («…ВОДКА изображения бутылок водки торговых марок: ««ABSOLUT», «SMIRNOFF»», «ВНИМАНИЕ АКЦИЯ «СЛАДКАЯ ПОКУПКА» При покупке одного литра водки…») размещена в виде наружного оформления магазина «ПРОДУКТЫ», расположенного по указанному адресу, с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций) и *не сопровождается* предупреждениями о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции необходимого размера.

Следовательно, данная реклама не соответствует требованиям пункта 5 части 2 и части 3 статьи 21, части 4 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» и, в силу пункта 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», является ненадлежащей.

В силу статьи 9 Федерального закона «О рекламе»: в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должны быть указаны: 1) сроки проведения такого мероприятия; 2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

В соответствии со статьёй 5 Федерального закона «О рекламе»:

реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются (часть 1);

недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об ассортименте и о комплектации товаров, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного срока (пункт 3 части 3);

не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы (часть 7).

Вместе с тем, в вышеуказанной рекламе, сообщающей о проведении стимулирующего мероприятия («ВНИМАНИЕ АКЦИЯ «СЛАДКАЯ ПОКУПКА» При покупке одного литра водки…») *не указаны*: сроки проведения данного стимулирующего мероприятия; источник информации об его организаторе, о правилах проведения, количестве призов или выигрышей по результатам мероприятия, сроках, месте и порядке их получения, то есть, *отсутствует* часть существенной информации о рекламируемом мероприятии, при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы. Кроме того, вышеназванная реклама содержит не соответствующие действительности сведения об ассортименте товаров, предлагаемых к реализации в магазине «ПРОДУКТЫ» по <…>, поскольку в материалах дела *отсутствуют документальные доказательства*, подтверждающие проведение в данном магазине

рекламируемого стимулирующего мероприятия – акции «сладкая покупка», выдачу банок мёда покупателям, купившим определенное количество бутылок водки названных марок.

Следовательно, данная реклама не соответствует требованиям пунктов 1 и 2 статьи 9, части 7 статьи 5, пункта 3 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» и, в силу пункта 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», является ненадлежащей.

В соответствии с частями 6 и 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе»:

рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частями 3 и 7 статьи 5, статьёй 9, частью 3 статьи 21, частью 3 статьи 22 настоящего Федерального закона;

рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных статьёй 9, частями 2-3 статьи 21, частью 3 статьи 22 настоящего Федерального закона.

Установлено, что встроенное нежилое помещение площадью 178,2 кв. м, находящееся в <…>, в котором расположен вышеназванный магазин «ПРОДУКТЫ», принадлежит на праве собственности <…> (свидетельство о государственной регистрации права от <…> серии <…>).

С 01.01.2011 К<…> (Арендодатель) предоставил ИП С<…>. (Арендатору) за плату во временное владение и пользование нежилое помещение площадью 178,2 кв.м. по вышеназванному адресу для размещения магазина продовольственных товаров. Арендатор имеет право: сдавать помещение в субаренду; оборудовать арендуемый объект по своему усмотрению, благоустроить прилегающую территорию; установить на фронтальной части помещения вывеску со своим наименованием, при условии согласования установки в уполномоченных органах и с Арендодателем (пункты 1.1, 1.2, 3.9, 3.10, 3.15 договоров аренды нежилого помещения от 19.12.2010 и 14.10.2011; акт приема передачи недвижимого имущества от 19.12.2010).

Предпринимательскую деятельность в объекте торговли – магазине «ПРОДУКТЫ» по <…> осуществляет ИП С<…> (письмо Администрации г. Благовещенска исх. № <…> от <…>, вх. № <…> от <…>). ИП С<…> является действующим Индивидуальным предпринимателем (ОГРНИП <…>, ИНН <…>), основной вид экономической деятельности: код ОКВЭД 52.1, наименование ОКВЭД – розничная торговля в неспециализированных магазинах (копия выписки из Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей от <…> № <…> на имя ИП С<…>). Предприниматель реализует в данном магазине, в том числе и пиво производства ОАО «Пивоваренная компания «Балтика», поставляемое ей ООО «МЕГА БЛАГОВЕЩЕНСК» (договоры поставки №№ <…> от <…>, <…> от <…>, дополнительное соглашение № <…> от <…> к договору поставки от <…>).

Представитель ИП С<…> – <…> письменно и устно пояснила, что данная реклама была размещена возле входных дверей магазина агентами ООО «МЕГА БЛАГОВЕЩЕНСК».

Представители ООО «МЕГА БЛАГОВЕЩЕНСК» письменно и устно сообщили, что в

вышеназванной информации («ОАО «ПИВОВАРЕННАЯ КОМПАНИЯ «БАЛТИКА» АКЦИЯ!!! НОВАЯ ЦЕНА!!!..») указаны сведения о снижении цены на отдельные виды пива, указана цена продажи товара, установленная владельцем магазина с учетом своей торговой наценки, о чем свидетельствует Протокол согласования цен, согласно которого с ИП С<…> на период с <…> по <…> согласованы цены на пиво «ДВ Классическое».

В августе 2011 г. ООО «МЕГА БЛАГОВЕЩЕНСК» поставило ИП С<…> пиво, в том числе ДВ Классическое: бут. 0,5 л; ПЭТ 1,5 л, ПЭТ 2,5 л по цене соответственно – 16,19 руб.; 37,33 руб.; 56,14 руб. Согласно протокола согласования цен, подписанного между ООО «МЕГА БЛАГОВЕЩЕНСК» (Поставщик) и ИП С<…> (Покупатель), <…>.

Следовательно, согласно пунктов 5 и 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», именно ИП С<…> является рекламодателем и рекламораспространителем вышеназванной рекламы пива, средств индивидуализации пива и его изготовителя («ОАО «ПИВОВАРЕННАЯ КОМПАНИЯ «БАЛТИКА» *АКЦИЯ!!! НОВАЯ ЦЕНА!!!...*») как продавец товара, лицо, определившее объект рекламирования и содержание рекламы, осуществившая распространение рекламы возле входных дверей магазина «ПРОДУКТЫ» по ул. <…>.

Кроме того установлено, что с <…> ИП С<…> (Арендатор) предоставила ООО «Спутник» (Субарендатору) во временное пользование площадь в размере 10 кв.м, <…>. Розничная продажа алкогольной продукции осуществляется ООО «Спутник» в данном магазине на основании лицензий: <…>, <…>, <…>, <…>, регистрационные номера <…>, <…>.

Представитель ИП С<…>. – <…> устно и письменно пояснила, что рекламная информация (текст: «…ВОДКА», изображения бутылок водки торговых марок: ««ABSOLUT», «SMIRNOFF»») была размещена на наружных стенах магазина (на западной стене дома - возле входа в подвал) *до передачи* Предпринимателю в аренду помещения данного магазина.

Вместе с тем, в ходе рассмотрения данного дела, вышеуказанные представителем ИП С<…> сведения не подтверждены документально. Тогда как установлено, что по состоянию на 23.08.2011 данная реклама была размещена в виде наружного оформления магазина «ПРОДУКТЫ» по вышеназванному адресу, когда помещение магазина находилось во временном владении и пользовании у ИП С<…>.

То есть, в силу пункта 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламораспространителями вышеуказанной рекламы алкогольной продукции, средств индивидуализации алкогольной продукции и её изготовителей («…ВОДКА изображения бутылок водки торговых марок: ««ABSOLUT», «SMIRNOFF»») являются: ИП С<…> как лицо, осуществившее распространение рекламы, в том числе с использованием рекламной конструкции; а также, формально – <…>, как владелец помещения данного магазина.

Представитель ИП С<…>. – <…> также сообщила, что рекламная информация («ВНИМАНИЕ АКЦИЯ «СЛАДКАЯ ПОКУПКА» При покупке одного литра водки…») была размещена возле входной двери магазина агентами ООО «Спутник».

Представители ООО «Спутник» пояснили, что не размещали наружную рекламу на магазине «ПРОДУКТЫ» по <…>. Сотрудниками ООО «Спутник» установлено лицо,

осуществившее распространение вышеназванной информации - К<…>. Не могут документально подтвердить проводилась ли фактически в данном магазине указанная в листовке акция, выдавался ли покупателям мёд.

Из объяснительных К<…> от <…> и <…> (вх. №№ <…> от <…>, <…> от <…>) следует, что в июле-августе 2011 г. он занимался расклеиванием рекламных листовок. К нему подошел незнакомый человек и предложил за отдельную плату разместить рекламные листовки «Сладкая покупка», связанные с алкоголем и медом. Он разместил рекламные листовки на продуктовом магазине по <…>. Он не был знаком с Федеральным законом «О рекламе», размещал листовки на внешних стенах здания.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»: К<…> является рекламораспространителем вышеназванной наружной рекламы алкогольной продукции, средств индивидуализации алкогольной продукции и её изготовителей, рекламы о проведении стимулирующего мероприятия («ВНИМАНИЕ АКЦИЯ «СЛАДКАЯ ПОКУПКА» При покупке одного литра водки…») как лицо, осуществившее распространение рекламы с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламной конструкции) в виде наружного оформления магазина «ПРОДУКТЫ» по указанному адресу.

Производство в отношении <…>, ООО «Спутник», ООО «МЕГА БЛАГОВЕЩЕНСК» подлежит прекращению в соответствии с подпунктом «а» пункта 36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утв. Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508 (далее - Правила рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе) и данных лиц следует считать заинтересованными лицами, поскольку нарушение вышеназванных требований Федерального закона «О рекламе» произошло по вине ИП С<…> и К<…>.

Таким образом, по совокупности документов установлено, что по вине рекламодателя и рекламораспространителя ИП С<…>, рекламораспространителя К<…> произошло распространение на территории г. Благовещенска Амурской области вышеназванной ненадлежащей рекламы, не соответствующей требованиям части 4 статьи 2, пункта 3 части 3 и части 7 статьи 5, пунктов 1 и 2 статьи 9, пункта 5 части 2 и части 3 статьи 21, части 3 статьи 22 Федерального закона «О рекламе».

Комиссия Амурского УФАС России считает, что именно ИП С<…>, арендатор помещения магазина «ПРОДУКТЫ» по вышеуказанному адресу, является рекламодателем и рекламораспространителем вышеназванной наружной рекламы пива и алкогольной продукции, средств их индивидуализации и изготовителей, а К<…>. является рекламораспространителем данной наружной рекламы алкогольной продукции, средств её индивидуализации и изготовителей, рекламы о проведении стимулирующего мероприятия. Следовательно, ИП С<…>, К<…> имели возможность:

не размещать данную рекламу пива, средств индивидуализации пива и его изготовителей («ОАО «ПИВОВАРЕННАЯ КОМПАНИЯ «БАЛТИКА» *АКЦИЯ!!! НОВАЯ ЦЕНА!!!...*») без сопровождения предупреждениями о вреде чрезмерного

потребления пива необходимого размера (ИП С<…>),

не размещать указанную рекламу алкогольной продукции, средств её индивидуализации и изготовителей («…ВОДКА изображения бутылок водки торговых марок: ««ABSOLUT», «SMIRNOFF»», «ВНИМАНИЕ АКЦИЯ «СЛАДКАЯ ПОКУПКА» При покупке одного литра водки…»), с использованием технических средств стабильного территориального размещения, монтируемых/располагаемых на внешних стенах и иных конструктивных элементах здания магазина «ПРОДУКТЫ» по <…> и без сопровождения предупреждениями о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции необходимого размера (ИП С<…> и К<…>),

размещать рекламу («ВНИМАНИЕ АКЦИЯ «СЛАДКАЯ ПОКУПКА» При покупке одного литра водки…»), в которой указаны установленные статьёй 9 Федерального закона «О рекламе» сведения о проведении стимулирующего мероприятия (К<…>),

что исключило бы нарушение требований части 4 статьи 2, части 3 статьи 22, пункта 5 части 2 и части 3 статьи 21, пунктов 1 и 2 статьи 9 Федерального закона «О рекламе», а также пункта 3 части 3 и части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», однако не предприняли для этого необходимых мер.

На основании изложенного, установлены факты нарушения:

ИП С<…> (рекламодателем и рекламораспространителем) требований части 4 статьи 2, пункта 5 части 2 и части 3 статьи 21, части 3 статьи 22 Федерального закона «О рекламе»;

К<…> (рекламораспространителем) требований части 4 статьи 2, пунктов 1 и 2 статьи 9, пункта 5 части 2 и части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Согласно частей 4, 6 и 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» к лицам, виновным в нарушении требований законодательства о рекламе, необходимо применить меры ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

В целях прекращения дальнейшего нарушения требований Федерального закона «О рекламе», лицам, обязанным устранить выявленные нарушения: ИП С<…> (рекламодателю и рекламораспространителю), К<…> (рекламораспространителю), а также К<…> (рекламораспространителю), в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1 и 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, выдать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (требований части 4 статьи 2, пункта 3 части 3 и части 7 статьи 5, пунктов 1 и 2 статьи 9, пункта 5 части 2 и части 3 статьи 21, части 3 статьи 22 Федерального закона «О рекламе»): о прекращении распространения и не распространении впредь любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, в том числе в виде наружного оформления объекта торговли магазина «ПРОДУКТЫ», расположенного по <…>:

рекламы пива, средств индивидуализации пива и его изготовителей («ОАО «ПИВОВАРЕННАЯ КОМПАНИЯ «БАЛТИКА» *АКЦИЯ!!! НОВАЯ ЦЕНА!!!...*») без сопровождения предупреждениями о вреде чрезмерного потребления пива

необходимого размера (ИП С<…>),

рекламы алкогольной продукции, средств её индивидуализации и изготовителей («…ВОДКА изображения бутылок водки торговых марок: ««ABSOLUT», «SMIRNOFF»») с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых/располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их и без сопровождения предупреждениями о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции необходимого размера (ИП С<…>, К<…>),

рекламы алкогольной продукции, средств её индивидуализации и изготовителей («ВНИМАНИЕ АКЦИЯ «СЛАДКАЯ ПОКУПКА» При покупке одного литра водки…») с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых/располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их и без сопровождения предупреждениями о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции необходимого размера (К<…>),

рекламы о проведении стимулирующего мероприятия («ВНИМАНИЕ АКЦИЯ «СЛАДКАЯ ПОКУПКА» При покупке одного литра водки…»), в которой отсутствуют сведения, указанные в статье 9 Федерального закона «О рекламе» (К<…>),

не соответствующей требованиям части 4 статьи 2, пункта 3 части 3 и части 7 статьи 5, пунктов 1 и 2 статьи 9, пункта 5 части 2 и части 3 статьи 21, части 3 статьи 22 Федерального закона «О рекламе».

Резолютивная часть решения, принятого Комиссией Амурского УФАС России по результатам рассмотрения настоящего дела, оглашена Председателем Комиссии <…> немедленно по окончании рассмотрения дела – 21.11.2011.

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, размещенную в 2011 году, в том числе по состоянию на <…>, на территории г. Благовещенска Амурской области в виде наружного оформления объекта торговли магазина «ПРОДУКТЫ», расположенного по <…>, в том числе с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций):

возле входных дверей, с западной и восточной сторон дома:

текст: «ОАО «ПИВОВАРЕННАЯ КОМПАНИЯ «БАЛТИКА» АКЦИЯ!!! НОВАЯ ЦЕНА!!! ДВ КЛАССИЧЕСКОЕ 0,5 С\Б 25.00 ДВ КЛАССИЧЕСКОЕ 1,5 ПЭТ 58-00 ДВ КЛАССИЧЕСКОЕ 2,5 ПЭТ 86-00», изображения: торговой марки пива «Балтика», бутылки и ПЭТ пива марки «ДВ классическое»,

поскольку в ней нарушены требования части 3 статьи 22, части 4 статьи 2 Федерального закона «О рекламе»,

на западной стене дома - возле входа в подвал:

текст: «ВИНО, ВОДКА», изображения: бутылок водки торговых марок «ABSOLUT», «SMIRNOFF»,

поскольку в ней нарушены требования пункта 5 части 2 и части 3 статьи 21, части 4 статьи 2 Федерального закона «О рекламе»,

возле входной двери с западной стороны дома:

текст: «ВНИМАНИЕ АКЦИЯ «СЛАДКАЯ ПОКУПКА» При покупке одного литра водки (4 бут. по 0,25л. или 2 бут. по 0,5л. или 1 бут. 1л.) «Северная Федерация» «Хлебное Подворье» «Русское Наследие» «Финнорд» Вы получаете подарок - баночку душистого мёда!!!», изображения: торговых марок водки «хлебное ПодворьЕ», «северная ФЕДЕРАЦИЯ», «Русское Наследие», «FINNORD»,

поскольку в ней нарушены требования пункта 5 части 2 и части 3 статьи 21, части 4 статьи 2, пунктов 1 и 2 статьи 9, части 7 статьи 5, пункта 3 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ИП С<…> (рекламодателю и рекламораспространителю), К<…> (рекламораспространителю), К<…> (рекламораспространителю) предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Амурского УФАС России для принятия решения о возбуждении дел об административных правонарушениях, предусмотренных статьёй 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме "05" декабря 2011 г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня вынесения решения в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии _____ <…>

Члены Комиссии: _____ <…>