

РЕШЕНИЕ

по делу №9 о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

08 февраля 2013 года

г. Ставрополь

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

Тихенький О.А. – председатель Комиссии, заместитель руководителя управления;

Никитина И.О. - член комиссии, начальник отдела надзора за соблюдением рекламного законодательства и пресечения недобросовестной конкуренции,

Смерчанский Г.В. - член комиссии, специалист-эксперт отдела надзора за соблюдением рекламного законодательства и пресечения недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело №9 по признакам нарушения ИП <***> законодательства Российской Федерации о рекламе, по факту распространения рекламы, содержащей признаки нарушения пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38 – ФЗ «О рекламе»,

в отсутствие предпринимателя <***> Доказательством надлежащего уведомления предпринимателя о месте и времени составления протокола служит почтовое уведомление №35593858047674,

УСТАНОВИЛА:

В результате осуществления государственного надзора за рекламной деятельностью хозяйствующих субъектов были выявлены нарушения Федерального закона «О рекламе».

На территории Буденновского района, с. Стародубское, по улице Анджиевского, 57, 07.01.2013г. на фасаде здания (минимаркет) (ИП <***>) был выявлен факт размещения рекламы пива «Harbin» (на фасаде минимаркета размещён рекламный плакат с изображением продукции реализуемой предпринимателем <***> в том числе с изображением бутылки «Harbin»).

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

Согласно части 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006г. №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 или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии с частью 2 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006г. №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 от 13.03.2006г. №38 – ФЗ «О рекламе», рекламодаделец - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Исходя из пункта 7 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006г. №38 – ФЗ «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 и об ограничении потребления (распития) алкогольной 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 13.03.2006г. №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 статьи 38 Федерального закона от 13.03.2006г. №38 – ФЗ «О рекламе» за нарушение части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006г. №38 – ФЗ «О рекламе» ответственность несёт рекламодатель.

Следовательно в действиях ИП <***> усматриваются нарушения пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38 - ФЗ «О рекламе».

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

2. Выдать предпринимателю <***> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Ставропольского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении по статье 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 11.02.13 Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.