

**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ  
ПО РЕСПУБЛИКЕ КОМИ**

**Р**

**Е**

№ 03-01/3214

22 июля 2010 года  
(изготовление решения в  
полном объеме)  
21 июля 2010 года  
(оглашение резолютивной части)

Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее - Комиссия, Коми УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе <...>, рассмотрев дело № Р 13-07/10 по признакам нарушения требований п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе) по факту распространения 06.04.2010 наружной рекламы в виде плаката в оконном проеме фасада здания, расположенного по адресу : Республика Коми, г.Сыктывкар, улица Карла Маркса, дом 212, следующего содержания: «24 часа. Вино-водочные изделия, ниже изображены наполненный бокал и 4 винных бутылки»,

в присутствии: представителя ООО «МАЛД» <...> (далее – Представитель) полномочия подтверждены доверенностью от 08.02.2008, удостоверенной нотариусом Сыктывкарского нотариального округа Республики Коми <...>,

**УСТАНОВИЛА:**

06.04.2010 в ходе осуществления государственного контроля за соблюдением хозяйствующими субъектами законодательства Российской Федерации о рекламе, установлен факт распространения ООО "МАЛД" наружной рекламы посредством размещения рекламной конструкции в виде плаката в оконном проеме фасада здания (полностью закрывающего собой оконный проем), в котором находится принадлежащий Обществу магазин № 45, расположенный по адресу: Республика Коми, город Сыктывкар, улица Карла Маркса, дом 212, следующего содержания: «24 часа. Вино-водочные изделия, ниже изображены наполненный бокал и 4 винных бутылки» (далее – рассматриваемая реклама).

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" (далее - Закон 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.

Вышеуказанная информация содержит все правовые признаки рекламы:

- распространена при помощи рекламной конструкции в виде плаката, размещенного в оконном проеме фасада здания, расположенного по адресу: Республика Коми, город Сыктывкар, улица Карла Маркса, дом 212;

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования: алкогольной продукции, реализуемой магазином № 45 и ее продвижение на рынке.

В пункте 3 части 2 статьи 5 Закона о рекламе определено, что недобросовестной признается реклама, которая представляет собой рекламу товара, реклама которого, в частности, запрещена данным способом, в данное время или в данном месте, а также под видом рекламы изготовителя или продавца такого товара.

В силу положений установленных частью 1 статьи 5 Закона о рекламе недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В силу пункта 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 N 171-ФЗ "О государственном

регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции" алкогольная продукция - пищевая продукция, которая произведена с использованием этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 1,5 процента объема готовой продукции. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как питьевой этиловый спирт, спиртные напитки (в том числе водка), вино (в том числе натуральное вино).

Частью 4 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» закреплено, что 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.

Как разъяснил Пленум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации в пункте 16 информационного письма от 25.12.1998 N 37, информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Информация на наружной рекламе, размещенной с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций) в виде плаката, размещенного на оконном проеме фасада здания, в котором расположен принадлежащий ООО «МАЛД» магазин, содержит изображения предметов, явно ассоциирующихся с алкогольной продукцией, а именно наполненный бокал и 4 винные бутылки. Кроме того, на плакате имеется надпись «Винно-водочные изделия». Данная информация адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания и поддержание интереса к алкогольной продукции и ее продавцу. Следовательно, такая информация является рекламой алкогольной продукции.

Согласно пунктам 1 и 2 статьи 19 Закона о рекламе распространение **наружной рекламы** с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее - рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта осуществляется **владельцем рекламной конструкции, являющимся рекламодателем**, с соблюдением требований настоящей статьи.

Рекламная конструкция должна использоваться исключительно в целях распространения рекламы. **Владелец рекламной конструкции** (физическое или юридическое лицо) - собственник рекламной конструкции либо иное **лицо, обладающее вещным правом на рекламную конструкцию или правом владения и пользования рекламной конструкцией на основании договора с ее собственником.**

В силу положений Государственного стандарта Российской Федерации «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения. ГОСТ 52044-2003», утвержденного Постановлением Госстандарта РФ от 22.04.2003 под наружной рекламой понимается реклама, распространяемая в виде **плакатов, стендов, щитовых установок, панно, световых табло** и иных технических средств. **Средства наружной рекламы:** технические средства стабильного территориального размещения рекламы.

Рассматриваемая реклама алкогольной продукции размещена на конструктивных элементах здания - в оконном проеме фасада здания при помощи рекламных конструкций (технических средств стабильного территориального размещения).

Реклама алкогольной продукции, распространенная в оконном проеме фасада здания в виде плакатов, является наружной рекламой, размещенной с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), и располагается на конструктивных элементах здания – оконном проеме фасада здания, следовательно, на указанную рекламу распространяются ограничения и требования, установленные законодательством РФ, в том числе п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе.

В пункте 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе предусмотрено, что 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.

**Таким образом, рассматриваемая реклама алкогольной продукции размещена с нарушением требований п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе.**

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона «О рекламе» рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с п. 7 ст. 3 Закона «О рекламе» рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно ч. 7 ст. 38 Закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 2 статьи 21 настоящего Федерального закона, несет рекламодатель.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 «О рекламе» ответственности за нарушение требований, установленных частью 2 статьи 21 настоящего Федерального закона рекламодатель не несет.

В Коми УФАС России имеются копии документов, представленных ООО «МАЛД» (вх. № 2867 от 25.06.2010), из которых установлено следующее.

В соответствии со Свидетельством о государственной регистрации права 11АА № 462827 от 10.07.2007 нежилое помещение / подвал, 1 этаж – нежилые помещения (1 этаж - №№ 1,2,3,4,5; подвал - №№ 16,17,18,19,20,21,22,23) магазина № 45 площадью 311,3 кв.м. по адресу: Республика Коми, г.Сыктывкар, ул.Карла Маркса, д.212, принадлежит на праве собственности ООО «МАЛД».

Согласно копии Выписки из Единого государственного реестра юридических лиц ООО «МАЛД» осуществляет розничную продажу алкогольной продукции в том числе и по адресу: г.Сыктывкар, ул.Карла Маркса, д.212.

В соответствии с лицензией 11 МЕ 002628 Службы Республики Коми по лицензированию ООО «МАЛД» разрешено осуществление розничной продажи алкогольной продукции, в том числе в магазине № 45 по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Карла Маркса, д. 212.

Таким образом, ООО «МАЛД» использует помещение магазина, расположенного по адресу: Сыктывкар, ул. Карла Маркса, д.212 для розничной торговли алкогольной продукцией.

Факт принадлежности ему спорного плаката ООО «МАЛД» не отрицает. Из материалов дела, письменных пояснений, представленных в Коми УФАС России, следует, что вопросами изготовления и размещения рекламы занималась <...>, заместитель директора ООО «МАЛД». В октябре 2008 года <...> уволилась. Никаких документов (договоров, актов), связанных с изготовлением и размещением рассматриваемой рекламы, на настоящее время не сохранилось.

Согласно письменным пояснениям ООО «МАЛД» (вх. № 3309 от 14.07.2010), имеющимся в материалах дела, и пояснениям, данным Представителем в ходе рассмотрения дела, оконный проем на фасаде здания магазина № 45, расположенного по адресу: г.Сыктывкар, ул.Карла Маркса, д.212, с момента возникновения права собственности на помещение магазина № 45 в аренду иным лицам не предоставлялся.

Установлено, что ООО «МАЛД» является владельцем рассматриваемой рекламной конструкции, а также рекламодателем. Реклама распространялась только на территории г. Сыктывкара по адресу: г. Сыктывкар, ул. Карла Маркса, д.212.

Таким образом, установлено, что **рекламодателем** рассматриваемой рекламы является **ООО «МАЛД»**.

В ходе рассмотрения дела, представитель Общества не оспаривала факт распространения рассматриваемой рекламы, не отрицала факт ее размещения с нарушением п.5 ч.2 ст.21 Закона о рекламе. Представитель подтвердила информацию, ранее направленную в адрес Управления письменно, об отсутствии документов, касающихся процесса изготовления рекламы. Со слов Представителя рассматриваемая реклама была помещена в оконный проем фасада здания магазина № 45 в октябре 2007 года, однако документального подтверждения она не представила.

Комиссией в ходе рассмотрения дела № Р 13-07/10 установлено, что по вине ООО «МАЛД» произошло нарушение требований п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона «О рекламе», поскольку именно рекламодатель несет ответственность за размещение рекламы алкогольной продукции 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.

Из материалов рекламного дела № Р 13-07/10 усматривается, что ООО «МАЛД» должных мер по контролю соответствия рассматриваемой рекламы требованиям Закона «О рекламе» не приняты.

**Таким образом, ООО «МАЛД» нарушены требования п. 5 ч. 2. ст. 21 Закона «О рекламе».**

Согласно письменным пояснениям ООО «МАЛД» от 21.06.2010 исх.35 (вх. № 2867 от 25.06.2010) и 13.07.2010 исх. № 38 (вх. № 3309 от 14.07.2010) рассматриваемая реклама в настоящее время не распространяется, ее распространение осуществлялось в период с октября 2007 по июнь 2010.

В ходе рассмотрения дела Представитель подтвердила, что рассматриваемая реклама была помещена в оконный проем фасада здания магазина № 45 в октябре 2007 года, в июне 2010 года, после получения запроса Управления, была демонтирована, однако документального

подтверждения не представила.

Следовательно, на дату принятия решения, доказательств прекращения распространения рассматриваемой рекламы Обществом не представлено.

В связи с изложенным, Комиссия считает целесообразной выдачу ООО «МАЛД» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения рекламы.

На основании изложенного, руководствуясь п. 4 ст. 3, п. 2 ч. 1, п.2 ч.2 ст.33, п. 7 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 - 43, 44, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения рекламного законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, п. 3.55., п.3.56.1. Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС РФ от 28.12.2007 № 453,

**Р Е Ш И Л А:**

1. Признать рекламу следующего содержания: «24 часа. Вино-водочные изделия с изображением наполненного бокала и 4 винных бутылок», распространенную 06.04.2010 посредством размещения плаката в оконном проеме фасада здания, в котором находится принадлежащий ООО «МАЛД» магазин № 45, расположенный по адресу: Республика Коми, город Сыктывкар, улица Карла Маркса, дом 212, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона «О рекламе».

2. Выдать ООО «МАЛД» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения указанной в п.1 Решения рекламы.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ООО «МАЛД» дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 22 июля 2010 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии \_\_\_\_\_

Члены Комиссии \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ  
ПО РЕСПУБЛИКЕ КОМИ**

**П**

**Р**

**Е**

**Д**

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ  
ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

21 июля 2010 года

Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в составе <...>, на основании своего Решения от 21.07.2010 по делу № Р 13-07/10 о признании ненадлежащей рекламы следующего содержания: «24 часа. Вино-водочные изделия с изображением наполненного бокала и 4 винных бутылок», распространенной 06.04.2010 посредством рекламной конструкции в виде плаката в оконном проеме фасада здания (полностью закрывающего собой оконный проем), в котором находится принадлежащий ООО «МАЛД» магазин № 45, расположенный по адресу: Республика Коми, город Сыктывкар, улица Карла Маркса, дом 212, поскольку в ней нарушены требования п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона «О рекламе», и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона о рекламе, пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО «МАЛД», юридический адрес: 167000, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Куратова, д. 76; почтовый адрес: 167000, Республика Коми, г.Сыктывкар, ул.Пушкина, д.51; в десятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: распространение на оконном проеме фасада здания магазина № 45, принадлежащего ООО «МАЛД», расположенного по адресу: 167000, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Карла Маркса, д.212, рекламы следующего содержания: «24 часа. Вино-водочные изделия с изображением наполненного бокала и 4 винных бутылок», с нарушением требований п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона «О рекламе».

2. ООО «МАЛД» в пятнадцатидневный срок со дня получения настоящего предписания представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания.

В случае неисполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Коми УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4. статьи 19.5. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей, на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

