

РЕШЕНИЕ

Резолютивная часть решения оглашена «01» апреля 2013 г.

Решение в полном объеме изготовлено «12» апреля 2013 г.

г.

Новосибирск

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

председатель Комиссии: Т.В. Лопаткина – заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы,

члены Комиссии: Ю.В. Виногорова – главный специалист-эксперт отдела рекламы,

Е.А. Скоп – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы,

рассмотрев дело № 115, возбужденное в отношении <...>, по факту размещения в августе 2012 г. на балконе 6-го этажа здания по адресу: г. Новосибирск, <...> информации следующего содержания: «Большой праздник пива с «Балтикой» по России!», с признаками нарушения:

- п.5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон 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;

- 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,

в отсутствии:

«...»

У С Т А Н О В И Л А:

В адрес Новосибирского УФАС России поступило обращение физического лица (вх.№1979э от 01.08.2012г.) по факту размещения рекламы пива: «Большой праздник пива с «Балтикой» по России!», с признаками нарушения Закона о рекламе.

Согласно п.5 ч.2 ст. 21 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.

В соответствии с 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.

По данному факту Новосибирским УФАС России установлено, что 03 августа 2012г. на балконе 6-го этажа здания по адресу: <...> размещалась следующая информация: «Большой праздник пива с «Балтикой» по России!».

В соответствии с п. 1 ст. 3 Закона 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.

Объектом рекламирования, согласно п.2 ст. 3 Закона о рекламе, является товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, 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.

Товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (п.3 ст.3 Закона о рекламе).

Объектом рекламирования в данном случае является средство индивидуализации товара – пива «Балтика» (товарный знак по свидетельству № 343911; правообладатель – ОАО «Пивоваренная компания «Балтика»).

Согласно подпункту "г" пункта 3 статьи 1 Федерального закона от 18.07.2011 "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 N 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.

Согласно ч.4 ст.2 ФЗ «О рекламе» специальные требования и ограничения, установленные данным 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 ФЗ «О рекламе» установлены специальные требования и ограничения.

Учитывая изложенное, если из рекламы четко не следует, что объектом рекламирования является именно безалкогольное пиво, то такая реклама должна соответствовать требованиям ст. 21 Закона о рекламе.

В соответствии с 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.

Как установлено материалами дела, в здании по адресу: г. Новосибирск, ул. Станиславского, д.16, размещается образовательная организация – ООО «Виращ плюс» (лицензия на право ведения образовательной деятельности регистрационный номер <...> от 22.06.2011 г.), а также медицинская организация – ООО «Инвитро» (Лицензия №ЛО-77-01-005042 от 26.06.12).

Расстояние от рекламы до здания, где расположены образовательная и медицинская организации составляет 67 м. (Акт фиксации информации от 03.08.2012 г.), что является нарушением п.6 ч.2 ст.21 Закона о рекламе.

В соответствии с ч.1 ст.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. 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.

Поскольку рассматриваемая реклама размещена на балконе здания, который является его конструктивным элементом и объектом стабильного территориального размещения, то данная реклама указывает на нарушение п.5 ч.2 ст.21 Закона о рекламе, согласно которому 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.

За нарушение п.п. 5,6 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе ответственность несет

рекламораспространитель, т.е. лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (п.7 ст.3 ФЗ «О рекламе»).

Место и средство размещения рассматриваемой рекламы соответствует месту расположения квартиры <...>.

Согласно Техническому паспорту рассматриваемого объекта недвижимости, предоставленному ФГУП Новосибирский филиал «Ростехинвентаризация - Федеральное БТИ» (вх. № 1323 от 21.02.2013 г.), а также Выписки из Единого государственного реестра прав на недвижимое имущество и сделок с ним (вх. № 2191 от 26.03.2013г.), рассматриваемый объект недвижимости представляет собой жилое помещение с несколькими отдельными комнатами, две из которых имеют балконы, собственниками которых являются несколько физических лиц, владеющих указанным жилым помещением в разных долях в общей долевой собственности.

На основании изложенного вину конкретного лица в распространении ненадлежащей рекламы следует устанавливать в ходе административного расследования

Согласно письменным пояснениям ТСЖ «На площади», в настоящее время рассматриваемая рекламная информация не распространяется на балконе дома <...>, в связи с чем, Комиссия Новосибирского УФАС России считает выдачу предписания о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе не целесообразным.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия, руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13 марта 2006г. и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

1. Признать информацию, размещенную 03 августа 2012г. на балконе 6-го этажа здания по адресу: <...>7, следующего содержания: «Большой праздник пива с «Балтикой» по России!», ненадлежащей рекламой.

2. В связи с добровольным устранением нарушения предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Новосибирского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии
Лопаткина

_____ Т.В.

Члены Комиссии
Виногорова

_____ Ю.В.

_____ Е.А. Скоп