

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Новгородской области по рассмотрению дел о нарушениях законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе: <.....>, рассмотрев дело № 23 от 20.07.2010 по признакам нарушения пунктов 5 и 6 части 2 статьи 21, части 3 статьи 21, пункта 6 части 2 статьи 22 и части 3 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», возбуждённое в отношении Новгородского областного потребительского общества «Облпотребсоюз» (далее – НОПО «Облпотребсоюз»), в присутствии представителей: лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – НОПО «Облпотребсоюз» – заместителя председателя правления <.....> (доверенность от 31.12.2009 № Юр-02),

УСТАНОВИЛА:

На основании приказа Управления Федеральной антимонопольной службы по Новгородской области (далее – Новгородское УФАС России) от 11 февраля 2010 года № 9 специалистами Новгородского УФАС России проведена внеплановая выездная проверка (далее - проверка) соблюдения требований Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) на территории Великого Новгорода. По результатам проверки был составлен акт № 3 от 17.02.2010. Проверкой было установлено, что при входе в магазин «Тополёк» по адресу: Великий Новгород, ул. Зелинского, д. 23 на окнах лицевой стороной наружу размещены плакаты следующего содержания: «Водка «Казёнка», Водка «Полтина», «Шампанское Российское», «Бренди «Форт Риф», «Пиво «Сибирская корона в новой оправе», «Пиво «Клинское – свежесть, которая длится», содержащие рекламу алкогольной продукции и рекламу пива. При этом в данной рекламе алкогольной продукции и рекламе пива отсутствует предупреждение об их чрезмерном потреблении в установленном Законом о рекламе объёме. Кроме того, специалистами Новгородского УФАС России был сделан запрос в Комитет архитектуры, градостроительства и земельных ресурсов Администрации Великого Новгорода, которым предоставлена схема расположения продовольственного магазина «Тополёк» (В. Новгород, ул. Зелинского д. 23) на местности с указанием расстояния (в метрах) от него до МОУ «Средняя общеобразовательная школа № 24» (В. Новгород, ул. Зелинского, д. 30) – 76,4 метра, и поликлиники «Диамед» - 93,23 метра.

В соответствии с пунктом 5 части 2 статьи 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 пунктом 6 части 2 статьи 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 соответствии с частью 3 статьи 21 Закона о рекламе 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).

Кроме того, в соответствии с пунктом 6 части 2 статьи 22 Закона о рекламе реклама пива 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 соответствии с частью 3 статьи 22 Закона о рекламе реклама пива в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде чрезмерного потребления пива и напитков, изготавливаемых на его основе и составлять не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Таким образом, реклама алкогольной продукции и реклама пива, распространенная на окнах лицевой стороной наружу при входе в магазин «Тополёк» по адресу: Великий Новгород, ул. Зелинского, д. 23, содержит в себе признаки ненадлежащей, поскольку не соответствует пункту 5 части 2 статьи 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), пункту 6 части 2 статьи 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), части 3 статьи 21 Закона о рекламе (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)), пункту 6 части 2 статьи 22 Закона о рекламе (реклама пива 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) и части 3 статьи 22 Закона о рекламе (реклама пива в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде чрезмерного потребления пива и напитков, изготавливаемых на его основе и составлять не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства)).

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей. Ненадлежащая реклама не допускается.

Как следует из ответа НОПО «Облпотребсоюз» (исх. № ТУ 03-27 от 02.07.2010), представленного на запрос Новгородского УФАС России, вышеуказанная реклама алкогольной продукции и реклама пива была изготовлена и распространена по распоряжению и инициативе заместителя директора филиала НОПО «Облпотребсоюз» «Новгородское райпо» <...>. Следовательно, рекламодателем и рекламораспространителем вышеуказанной рекламы алкогольной продукции и рекламы пива, содержащей признаки ненадлежащей, в данном случае является НОПО «Облпотребсоюз».

Таким образом, собранные по делу доказательства и установленные обстоятельства свидетельствуют о том, что признаки нарушения пунктов 5 и 6 части 2 статьи 21, части 3 статьи 21, пункта 6 части 2 статьи 22 и части 3 статьи 22 Закона о рекламе при распространении указанной рекламы алкогольной продукции и рекламы пива содержатся в действиях её рекламодателя и рекламораспространителя – НОПО «Облпотребсоюз».

На рассмотрении дела заместитель председателя правления НОПО «Облпотребсоюз» <...> факт наличия нарушений законодательства о рекламе признал. Кроме того, <...> пояснил, что по состоянию на момент рассмотрения настоящего дела распространение рассматриваемой ненадлежащей рекламы алкогольной продукции и рекламы пива прекращено, что

подтверждается представленными на рассмотрении настоящего дела фотоснимками (исх. № ТУ 03-2 от 03.08.2010 НОПО «Облпотребсоюз»).

Исследовав материалы дела и оценив доводы представителя НОПО «Облпотребсоюз», Комиссия пришла к следующим выводам.

В размещенных при входе в магазин «Тополёк» по адресу: Великий Новгород, ул. Зелинского, д. 23 на окнах лицевой стороной наружу плакатах следующего содержания: «Водка «Казёнка», Водка «Полтина», Шампанское Российское», «Бренди «Форт Риф», «Пиво «Сибирская корона в новой оправе», «Пиво «Клинское – свежесть, которая длится», содержащих рекламу алкогольной продукции и рекламу пива, рекламодателем и рекламораспространителем которой является НОПО «Облпотребсоюз», имеются нарушения:

- нарушение пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе, выразившееся в размещении рекламы алкогольной продукции с использованием технических средств стабильного территориального размещения (плакатов), монтируемых и располагаемых на конструктивных элементах (окнах и двери) здания (магазина НОПО «Облпотребсоюз» «Тополек» по адресу: Великий Новгород, ул. Зелинского, д. 23);

- нарушение пункта 6 части 2 статьи 21 Закона о рекламе, выразившееся в рекламе алкогольной продукции на расстоянии ближе чем сто метров от зданий, занимаемых детскими (МОУ «Средняя общеобразовательная школа № 24») и медицинскими (поликлиника «Диамед») организациями;

- нарушение части 3 статьи 21 Закона о рекламе, выразившееся в рекламе алкогольной продукции без сопровождения предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления;

- нарушение пункта 6 части 2 статьи 22 Закона о рекламе, выразившееся в рекламе пива на расстоянии ближе чем сто метров от зданий, занимаемых детскими (МОУ «Средняя общеобразовательная школа № 24») и медицинскими (поликлиника «Диамед») организациями;

- нарушение части 3 статьи 22 Закона о рекламе, выразившееся в рекламе пива без сопровождения предупреждением о вреде его чрезмерного потребления.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 - 42, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Административным регламентом Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденным Приказом ФАС России от 28.12.2007 № 453, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу алкогольной продукции и рекламу пива, размещенную на окнах лицевой стороной наружу при входе в магазин «Тополёк» по адресу: Великий Новгород, ул. Зелинского, д. 23, распространенную Новгородским областным потребительским обществом «Облпотребсоюз» (ул. Великая, д. 10, Великий Новгород, 173001), поскольку в ней нарушены требования пунктов 5 и 6 части 2 статьи 21, части 3 статьи 21, пункта 6 части 2 статьи 22 и части 3 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе Новгородскому областному потребительскому обществу «Облпотребсоюз» не выдавать в связи с добровольным устранением совершенных нарушений.

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

Решение изготовлено в полном объеме 09 августа 2010 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.