

**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО РЕСПУБЛИКЕ КОМИ**

Р

Е

**01 марта 2011 года
(изготовление решения в
полном объеме)
24 февраля 2011 года
(оглашение резолютивной части)**

№ _03-01/1080

г. Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

<...>,

рассмотрев материалы дела № Р 02-02/11, возбужденного в отношении ООО «Норд-С» по факту распространения рекламы следующего содержания: «БАР СВЕЖЕЕ ХОЛОДНОЕ ПИВО НАПИТКИ ЧАЙ КОФЕ ЗАКУСКИ» с изображением в левой части рекламного полотна фрагмента стеклянного бокала, наполненного пивом с пеной, размещенной на стене здания, расположенного по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Орджоникидзе, д. 18, справа от входа в бар «Фараон», с признаками нарушения требований п. 6 ч. 2 ст. 22 и ч. 3 ст. 22 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

в присутствии представителя ООО «Норд-С» <...>,

УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Коми УФАС России) в ходе осуществления государственного контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе 17.11.2010 выявлено распространение наружной рекламы бара «Фараон» следующего содержания: «БАР СВЕЖЕЕ ХОЛОДНОЕ ПИВО НАПИТКИ ЧАЙ КОФЕ ЗАКУСКИ» с изображением в левой части рекламного полотна фрагмента стеклянного бокала, наполненного пивом с пеной, размещенной на стене здания, расположенного по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Орджоникидзе, д. 18, справа от входа в бар «Фараон» (далее – рассматриваемая реклама).

В соответствии с положениями п. 1 ст. 3 Закона о рекламе, рекламой признается 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 и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Вышеуказанная информация содержит все правовые признаки рекламы:

- распространена с использованием рекламной конструкции, закрепленной на стене здания по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Орджоникидзе, д. 18, справа от входа в бар «Фараон»;

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – бару и реализуемым им пиву, напиткам и закускам, формирование и поддержание интереса к ним.

Согласно ч. 4 ст. 2 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.

Из содержания рассматриваемой рекламы усматривается, что она не является явно не относящейся к рекламе пива.

Как разъяснил пленум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации в пункте 16

информационного письма от 25.12.1998 № 37, информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Согласно п. 6 ч. 2 ст. 22 Закона о рекламе реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, 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.

Согласно разъяснениям ФАС России № АК/16754 от 31.05.2010 О некоторых вопросах применения законодательства о рекламе, запрет, установленный п. 6 ч. 2 ст. 22 Закона о рекламе, распространяется на всю территорию указанных объектов, поэтому размещение рекламы пива на территории указанных объектов не допускается. Учитывая, что к сооружениям объектов, перечисленных в п. 6 ч. 2 ст. 22 Закона о рекламе, следует относить, в том числе забор или ограду, ограничивающую территорию такой организации, то отсчёт обозначенного в законе расстояния должен осуществляться от таких заборов, оград и подобных сооружений. Соответственно, указанные в п. 6 ч. 2 ст. 22 Закона о рекламе сто метров надлежит отсчитывать от точки здания, сооружения, ближайшей к рекламной конструкции.

Согласно ст. 12 Закона Российской Федерации от 10.07.1992 № 3266-1 «Об образовании» образовательным является учреждение, осуществляющее образовательный процесс, то есть реализующее одну или несколько образовательных программ и (или) обеспечивающее содержание и воспитание обучающихся, воспитанников. Образовательное учреждение является юридическим лицом. Образовательные учреждения могут быть государственными (федеральными или находящимися в ведении субъекта Российской Федерации), муниципальными, негосударственными (частными, учреждениями общественных и религиозных организаций (объединений)).

В результате осмотра 17.11.2010 сотрудниками Коми УФАС России в присутствии сотрудников муниципального общеобразовательного учреждения «Технологический лицей» (далее – МОУ «Технологический лицей») территории по ул. Орджоникидзе и ул. Горького (в районе ул. Ленина) и замеров, произведенных с использованием специальных технических средств: цифрового лазерного дальномера модели BOSCHGLM 250 VProfessional (свидетельство о поверке № 066342 от 07.07.2010, выданное ФГУ «Коми центр стандартизации, метрологии и сертификации») и рулетки длиной 5 метров, установлено следующее:

1) расстояние от места расположения рассматриваемой рекламы до здания МОУ «Технологический лицей», находящегося по адресу ул. Горького, д. 15, (до ближайшего угла здания) составляет 77,1 м;

2) расстояние от места расположения рассматриваемой рекламы до границы (ограды) территории МОУ «Технологический лицей», находящегося по адресу ул. Горького, д. 15, составляет 53,2 м.

Согласно плану участка, предоставленному администрацией МО ГО «Сыктывкар» в материалы рекламного дела, расстояние от места расположения рассматриваемой рекламы до здания МОУ «Технологический лицей», находящегося по адресу ул. Горького, д. 15, (до ближайшего угла здания) составляет 75 м.

МОУ «Технологический лицей» является муниципальным образовательным учреждением, что подтверждается Уставом МОУ «Технологический лицей» (государственный регистрационный номер <...> от 18.11.2009), лицензией на право осуществления образовательной деятельности по образовательным программам (серия А № 242122, регистрационный № 289-ОУ от 25.12.2007), имеющимися в материалах рекламного дела.

Согласно п. 2.5 Устава в лицее реализуются общеобразовательные программы основного общего и среднего (полного) общего образования, обеспечивающие дополнительную (углубленную) подготовку обучающихся по предметам информационно-технологического профиля: по алгебре (срок освоения 2 года), алгебре и математическому анализу (срок освоения 2 года), по информатике и информационно-коммуникативным технологиям (срок освоения 4 года), а также дополнительные образовательные программы следующих направленностей: художественно-эстетической, социально-педагогической, эколого-биологической, физкультурно-спортивной.

В соответствии с п. 3.1 Устава лицей осуществляет образовательный процесс в соответствии с уровнями общеобразовательных программ двух ступеней общего образования:

II ступень – основное общее образование (8-9 классы), срок освоения - 2 года;

III ступень – среднее (полное) общее образование (10-11 классы), срок освоения - 2 года.

Согласно справке МОУ «Технологический лицей» от 07.12.2010 № 470, имеющейся в материалах рекламного дела, в здании, занимаемом МОУ «Технологический лицей», по адресу: г. Сыктывкар, ул. Горького, д. 15 осуществляется образовательный процесс. В лицее обучаются 203

учащихся, 8 классов с 8 по 11 класс.

Рассматриваемая реклама размещена на расстоянии ближе чем сто метров от здания, занимаемого образовательным учреждением, что подтверждается результатами замеров, о чем сотрудниками Коми УФАС России в присутствии сотрудников МОУ составлен акт обследования (осмотра) территории от 17.11.2010, планом участка, предоставленном Администрацией МО ГО «Сыктывкар», справкой МОУ «Технологический лицей» от 07.12.2010 № 470, Уставом МОУ «Технологический лицей» (государственный регистрационный номер <...> от 18.11.2009), лицензией на право осуществления образовательной деятельности по образовательным программам (серия А № 242122, регистрационный № 289-ОУ от 25.12.2007).

Согласно ч. 3 ст. 22 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).

Рассматриваемая реклама не содержит необходимого предупреждения о вреде чрезмерного потребления пива.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

При таких обстоятельствах рассматриваемая реклама размещена в нарушение требований, установленных п. 6 ч. 2 ст. 22 и ч. 3 ст. 22 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение требований, установленных п. 6 ч. 2 ст. 22 и ч. 3 ст. 22 Закона о рекламе, согласно ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

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. 1 ст. 19 Закона о рекламе распространение наружной рекламы с использованием щитов, стенов, 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.

Согласно ч. 5 ст. 19 Закона о рекламе установка и эксплуатация рекламной конструкции осуществляются ее владельцем по договору с собственником земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, либо с лицом, уполномоченным собственником такого имущества, в том числе с арендатором. Договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается на срок пять лет, за исключением договора на установку и эксплуатацию временной рекламной конструкции, который может быть заключен на срок не более чем двенадцать месяцев.

Согласно имеющемуся в материалах рекламного дела договору аренды нежилого помещения от 01.11.2010 № 9, заключенному ООО «Норд-С» с собственником помещения Алексеевым Ю.А., ООО «Норд-С» использует помещение по адресу г. Сыктывкар, ул. Орджоникидзе, д. 18 в качестве торговой площади продовольственными товарами.

Из содержания представленной ООО «Норд-С» письменной информации, имеющейся в материалах рекламного дела, следует, что в целях привлечения посетителей ООО «Норд-С» приобрело на основании устного договора рассматриваемую рекламную конструкцию, расплатившись за нее предоставлением услуг бара. ООО «Норд-С» письменно обращалось к собственнику помещения, занимаемого баром «Фараон», за дачей согласия на размещение рекламного щита (размером 3 м. на 5 м.) на фасаде здания, рядом с входной дверью в помещение, сроком на пять лет до ноября 2015 года, с текстом: «Бар «ФАРАОН». Свежее холодное пиво, напитки - чай - кофе - закуски», что подтверждается письмом ООО «Норд-С» от 01.11.2010 № 13, направленным в адрес Алексеева Ю.А.

Из материалов рекламного дела усматривается, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Норд-С», юридический и почтовый адрес: 167000,

Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Орджоникидзе, д. 18.

Из содержания материалов рекламного дела не представляется возможным установить рекламодателя и рекламопроизводителя рассматриваемой рекламы. Как следует из письменных пояснений директора ООО «Норд-С», имеющихся в материалах рекламного дела, рекламная конструкция была привезена для размещения с уже имеющимися на ней изображением и надписью «БАР СВЕЖЕЕ ХОЛОДНОЕ ПИВО НАПИТКИ ЧАЙ КОФЕ ЗАКУСКИ»; сведениями о рекламодателе и рекламопроизводителе ООО «Норд-С» не располагает.

Из содержания представленной ООО «Норд-С» письменной информации, имеющейся в материалах рекламного дела, следует, что ООО «Норд-С» распространяло рассматриваемую рекламу с 23.11.2010. Данный факт опровергается актом обследования (осмотра) территории от 17.11.2010, составленном сотрудниками Коми УФАС России в присутствии сотрудников МОУ «Технологический лицей», согласно которому распространение рассматриваемой рекламы имело место 17.11.2010.

В ходе рассмотрения рекламного дела представитель ООО «Норд-С» Жуйков С.Е. признал нарушение обществом рекламного законодательства и пояснил, что точную дату размещения рекламы не помнит, поэтому в письме, адресованном Коми УФАС России, указал примерную дату; добавил, что рассматриваемую рекламу общество разместило приблизительно в середине ноября 2010 года. Рассматриваемая реклама была снята обществом через 2-3 дня после получения определения Коми УФАС России о возбуждении дела по признакам нарушения рекламного законодательства, то есть приблизительно 4-5 февраля 2011 года.

Как следует из пояснений, данных представителем ООО «Норд-С» в ходе рассмотрения рекламного дела, распространение рекламы пива без учета требований п. 6 ч. 2 ст. 22 и ч. 3 ст. 22 Закона о рекламе произошло в связи с незнанием требований Закона о рекламе.

Комиссия в ходе рассмотрения рекламного дела № Р 02-02/11 установила, что нарушение рекламного законодательства произошло по вине рекламодателя ООО «Норд-С». ООО «Норд-С» не осуществило надлежащего контроля за соответствием рассматриваемой рекламы требованиям п. 6 ч. 2 ст. 22 и ч. 3 ст. 22 Закона о рекламе, следствием чего и стало распространение рекламы, не соответствующей установленным требованиям.

Из материалов рекламного дела усматривается, что со стороны ООО «Норд-С» должных мер по контролю соответствия рассматриваемой рекламы требованиям Закона о рекламе не принято.

Таким образом, ООО «Норд-С» нарушены требования п. 6 ч. 2 ст. 22 и ч. 3 ст. 22 Закона о рекламе.

Из материалов рекламного дела следует, что рассматриваемая реклама распространялась с 17 ноября 2010 г. по 04-05 февраля 2011 г.

Комиссией установлено, что на дату вынесения решения факт распространения рассматриваемой рекламы не имеет места, что подтверждается фотографиями, представленными директором ООО «Норд-С» в материалы рекламного дела.

В связи с изложенным, Комиссия сочла нецелесообразной выдачу ООО «Норд-С» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

На основании изложенного, руководствуясь п. 4 ст. 3, п. 2 ч. 1 ст. 33, п. 7 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 - 43, 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, п. 3.55 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,

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу следующего содержания: «БАР СВЕЖЕЕ ХОЛОДНОЕ ПИВО НАПИТКИ ЧАЙ КОФЕ ЗАКУСКИ» с изображением в левой части рекламного полотна фрагмента стеклянного бокала, наполненного пивом с пеной, размещенную на стене здания, расположенного по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Орджоникидзе, д. 18, справа от входа в бар «Фараон», ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования п. 6 ч. 2 ст. 22 и ч. 3 ст. 22 Закона о рекламе.

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы ООО «Норд-С» не

выдавать, поскольку распространение рекламы, указанной в п. 1 настоящего решения, прекращено.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ООО «Норд-С» дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 01 марта 2011 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.