

## РЕШЕНИЕ

«29» января 2013 г.

г.

Благовещенск

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

председатель Комиссии: <...>, заместитель руководителя – начальник отдела товарных рынков и рекламы Амурского УФАС России,

члены Комиссии: <...>, главный специалист-эксперт отдела товарных рынков и рекламы, <...>, главный специалист-эксперт указанного отдела,

рассмотрев дело № Р-21/21 2012 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (требований части 7 статьи 5, статьи 9, пункта 5 части 2 и части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», далее – Федеральный закон «О рекламе») по факту распространения в 2012 году, в том числе 07.08.2012, 31.08.2012, на территории г. Благовещенска наружной рекламы ночного бара <...>, пива, акции «С пивом по будням!»,

в присутствии представителей:

лица, в действиях которого усматриваются признаки нарушения законодательства о рекламе: ИП П<...>, адрес регистрации: <...>, место нахождения: <...>, представитель: <...>, доверенность <...>;

заинтересованных лиц:

ООО «ПСЖ-II», место нахождения: <...>, представитель: <...>, приказ <...>;

ООО МПКО «Союз», место нахождения: <...>, представитель: <...>, доверенность <...>;

ООО «Планета-Медиа», место нахождения: <...>, представители не явились, извещены о месте и времени рассмотрения дела надлежащим образом;

ООО «ТК-Город», место нахождения: <...>, представители не явились, извещены о месте и времени рассмотрения дела надлежащим образом.

### УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Амурским УФАС России установлено, что в 2012 году, в том числе 07.08.2012, 31.08.2012, распространена информация с использованием технического средства стабильного территориального размещения (рекламной конструкции), а именно на здании, расположенном по адресу: <...>, в котором располагается ночной бар <...>:

текст: «<...> ночной бар...среда ЗАКАЖИ 1 БОКАЛ ПИВА 0,5 л.. 0,25 л БОНУС!.. четверг ПЕЙ ПИВО СКОЛЬКО ВЛЕЗЕТ ВСЕГО ЗА 500 РУБ...ЧРЕЗМЕРНОЕ

УПОТРЕБЛЕНИЕ ПИВА ВРЕДИТ ЗДОРОВЬЮ», изображение: «два бокала с жидкостью, похожей на пиво».

22.10.2012 по данному факту Амурским УФАС России возбуждено дело № Р-21/21 2012 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (требований части 7 статьи 5, статьи 9, пункта 5 части 2 и части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», далее – Федеральный закон «О рекламе») в отношении ООО «ПСЖ-II». Срок рассмотрения дела продлевался, к участию в деле привлечены: ИП П<...> - в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе; ООО МПКО «Союз», ООО «Планета-Медиа», ООО «ТК-Город» - в качестве заинтересованных лиц.

Комиссия Амурского УФАС России, исследовав материалы дела, заслушав участвующих в деле лиц, установила следующие обстоятельства.

В 2012 году, в том числе 07.08.2012, 31.08.2012, вышеназванная информация распространена на территории г. Благовещенска, а именно на фасаде здания, расположенного по ул. <...>, с использованием технического средства стабильного территориального размещения (рекламной конструкции).

Данная информация подпадает под понятие рекламы, указанное в пунктах 1-3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования, формирование и (или) поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке. Объектами рекламирования в данном случае являются: ночной бар <...>, пиво, реализуемое в данном баре, акция «С пивом по будням!», условием участия в которой является приобретение пива в ночном баре <...>.

Установлено, что в период с 18.07.2012 по 01.09.2012 в ночном баре <...>, расположенном по адресу: <...>, проводилась акция «С пивом по будням!», условием участия в которой является приобретение пива. Организаторами данной акции являются ООО «ПСЖ-II» и ИП П<...>.

В силу части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Согласно информации об условиях проведения рекламируемой акции «С пивом по будням!», представленной организаторами данной акции ООО «ПСЖ-II» (вх. <...>) и ИП П<...> (вх. <...>), а также размещенной на сайте ночного бара <...> по состоянию на 28.08.2012 (протокол осмотра интернет-сайта от 28.08.2012):

срок проведения акции «С пивом по будням!» - с 18.07.2012 по 01.09.2012;

условия акции распространяются только на лиц, пришедших с 18:00 до 22:00 и действуют до закрытия заведения;

предложение действует на одну персону.

Тогда как в вышеуказанной наружной рекламе, размещенной на территории

г.Благовещенска по ул. <...>, не содержится вышеуказанная существенная информация о сроках и правилах участия в акции «С пивом по будням!», условием участия в которой является приобретение пива в ночном баре <...>, при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Следовательно, данная реклама не соответствует требованиям части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» и, в силу пункта 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», является ненадлежащей.

В соответствии со статьей 9 Федерального закона «О рекламе», в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должны быть указаны:

- 1) сроки проведения такого мероприятия;
- 2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Тогда как в вышеназванной рекламе не указаны сроки проведения стимулирующего мероприятия (акции) «С пивом по будням!», а также источник информации об организаторе данного мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Следовательно, вышеназванная реклама не соответствует требованиям статьи 9 Федерального закона «О рекламе» и, в силу пункта 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», является ненадлежащей.

В силу статьи 21 Федерального 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 (пункт 5 части 2);

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) (часть 3).

Вышеуказанная реклама алкогольной продукции (пива), реализуемого в ночном баре <...>, была размещена на территории г. Благовещенска в 2012 году, в том числе 07.08.2012, 31.08.2012, с использованием технического средства стабильного территориального размещения (рекламной конструкции). Предупреждающей надписи о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции в данной рекламе отведено менее десяти процентов рекламной площади (пространства).

Следовательно, вышеназванная реклама не соответствует требованиям пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» и, в силу пункта 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», является ненадлежащей.

В соответствии с частями 6 и 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5, статьей 9, частью 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных статьей 9, частями 2 и 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Установлено, что вышеназванная реклама была произведена и смонтирована ООО «ТК-Город» (Исполнителем) по договору № 150 возмездного оказания услуг от <...>, заключенному с ИП П<...> (Заказчиком). По условиям данного договора Исполнитель обязуется оказать Заказчику услуги по заявке Заказчика, а Заказчик обязуется принять оказанные услуги и оплатить их.

Представители ООО «ПСЖ-И» и ИП П<...> письменно (исх<...>, вх. <...>) и устно в ходе рассмотрения настоящего дела пояснили, что рекламодателем и рекламодателем вышеназванной рекламы ночного бара <...>, пива, акции «С пивом по будням!», распространенной в 2012 году на территории г. Благовещенска, является ИП П<...>, которая подготовила и согласовала макет данной рекламы, осуществила ее приемку и оплату услуг по изготовлению и монтажу рекламной конструкции с указанным содержанием рекламы.

Согласно пунктов 5 и 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодателем и рекламодателем данной рекламы является ИП П<...> (ОГРНИП <...>, ИНН <...>, адрес регистрации: <...>, место нахождения: <...>) – лицо, определившее объект рекламирования и содержание рекламы, а также осуществившее распространение рекламы с использованием рекламной конструкции по вышеназванному адресу в г. Благовещенске (копии: договора № 150 возмездного оказания услуг от <...>, макета рекламы, счета на оплату <...>, акта <...>, платежного поручения <...>).

Производство в отношении ООО «ПСЖ-И» подлежит прекращению в соответствии с подпунктом «а» пункта 36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утв. Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508 (далее - Правила рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе), поскольку ООО «ПСЖ-И» не является рекламодателем и рекламодателем вышеназванной рекламы.

Таким образом, по совокупности документов установлено, что по вине ИП П<...> (рекламодателя и рекламодателя) произошло распространение на территории г. Благовещенска вышеназванной ненадлежащей рекламы, не соответствующей требованиям части 7 статьи 5, статьи 9, пункта 5 части 2 и части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Комиссия Амурского УФАС России считает, что ИП П<...>, являясь рекламодателем и рекламодателем вышеназванной рекламы, имела возможность:

не размещать рекламу алкогольной продукции с использованием технического средства стабильного территориального размещения (рекламной конструкции),

сопровождать рекламу предупреждением о вреде чрезмерного потребления

алкогольной продукции установленного законом размером,

указать в рекламе существенную информацию о рекламируемой акции «С пивом по будням!», а также информацию, являющуюся обязательной в силу Федерального закона «О рекламе»,

что исключило бы нарушение требований части 7 статьи 5, статьи 9, пункта 5 части 2 и части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», однако не предприняла для этого необходимых мер.

На основании изложенного, установлены факты нарушения ИП П<...> (рекламодателем и рекламораспространителем) требований части 7 статьи 5, статьи 9, пункта 5 части 2 и части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Согласно частей 4, 6 и 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» к лицу, виновному в нарушении требований законодательства о рекламе, необходимо применить меры ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

ИП П<...> (рекламодателю и рекламораспространителю) в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1 и 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе выдать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (требований части 7 статьи 5, статьи 9, пункта 5 части 2 и части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе»): - о прекращении распространения и не распространении впредь любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, вышеназванной рекламы ночного бара <...>, пива, акции «С пивом по будням!», не соответствующей требованиям части 7 статьи 5, статьи 9, пункта 5 части 2 и части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Резолютивная часть решения, принятого Комиссией Амурского УФАС России по результатам рассмотрения настоящего дела, оглашена Председателем Комиссии <...> немедленно по окончании рассмотрения дела – 17.01.2013.

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 ночного бара <...>, пива, акции «С пивом по будням!», распространенную в 2012 году, в том числе 07.08.2012, 31.08.2012, на территории г. Благовещенска с использованием технического средства стабильного территориального размещения (рекламной конструкции), а именно на здании, расположенном по ул. <...>:

текст: «<...> ночной бар...среда ЗАКАЖИ 1 БОКАЛ ПИВА 0,5 л.. 0,25 л БОНУС!.. четверг ПЕЙ ПИВО СКОЛЬКО ВЛЕЗЕТ ВСЕГО ЗА 500 РУБ...ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ ПИВА ВРЕДИТ ЗДОРОВЬЮ», изображение: «два бокала с жидкостью, похожей на пиво»,

(описание рекламы)

поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, статьи 9, пункта 5 части 2 и части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ИП П<...> предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Амурского УФАС России для принятия решения о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «29» января 2013 г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии <...>

<...>