

## РЕШЕНИЕ

06 марта 2012г.

г. Барнаул

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии:

<...>,

члены Комиссии:

<...>, <...>,

рассмотрев дело №21-ФАС22-Р/02-12 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения на киоске, расположенном на остановочном пункте <...>, ненадлежащей рекламы алкогольной продукции, рекламы пива,

в присутствии:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – рекламодателя ООО «Британь» <...>,

в отсутствие: заявителя (о месте, дате и времени рассмотрения дела уведомлен своевременно и надлежащим образом; ходатайство об отложении рассмотрения дела не поступало),

### УСТАНОВИЛА:

в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю поступило обращение о распространении в г.Барнауле на киоске, расположенном на остановочном пункте<...>, наружной рекламы алкогольной продукции «Теперь он твой! Предупреждаем о вреде чрезмерного потребления алкоголя» с изображением двух банок с надписью «VinCode ROSSO Cocktailal Vino Alc.6» и наружной рекламы пива «Пей Марти Рэй Предупреждаем о вреде чрезмерного потребления алкоголя» с изображением банки с надписью «Marty Ray Cocktail Вкус граната Пиво специальное пастеризованное Alc.8», в которой содержатся признаки нарушения требований пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», поскольку наружная реклама 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

не допускается. Признаки нарушения пункта 6 части 2 статьи 21, пункта 6 части 2 статьи 22 Федерального закона «О рекламе», так как реклама пива и алкогольной продукции размещена на расстоянии ближе чем сто метров от образовательного учреждения - <...>.

Факт распространения обозначенной рекламной информации подтвержден антимонопольным органом 24 января 2012 года в результате наблюдения наружной рекламы, распространяемой в г.Барнауле.

Рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ООО «Британь». Согласно акту о приеме-передачи здания (сооружения) остановочный комплекс <...>,

принят к бухгалтерскому учету ООО «Британь» 01.04.2005г.

Согласно письменным пояснениям, представленным директором ООО «Британь» <...>, разрешение на размещение рассматриваемой рекламы ООО «Британь» не давало.

На заседании Комиссии представитель по доверенности ООО «Британь» <...>, нарушение признала.

Комиссия, заслушав доводы стороны, изучив материалы дела и исследовав доказательства по делу, дав им надлежащую оценку, пришла к следующим выводам.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006г № 38-ФЗ «О рекламе» под рекламой понимается 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; объект рекламирования - 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.

Рассматриваемая информация полностью соответствует легальному определению понятия «реклама».

Объектами рекламирования, на поддержание интереса к которым направлена реклама, являются алкогольный коктейль «VinCode» и пиво «Марти Рэй», изображение которых присутствует в рекламе.

Федеральным законом «О рекламе» установлены особенности распространения рекламы отдельных видов товаров, в частности рекламы пива и алкогольной продукции.

Статья 21 Федерального закона «О рекламе» предъявляет специальные требования и ограничения к рекламе алкогольной продукции.

Согласно пункту 5 части 2 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.

Из содержания рекламной информации, размещенной на киоске, расположенном на остановочном пункте<...>, следует, что алкогольный коктейль «VinCode» также выступает объектом рекламирования.

Стены киоска, с размещенной на них рекламной информацией, отвечают понятию рекламной конструкции, являются конструктивным элементом строения.

Реклама алкогольного коктейля «VinCode», размещенная на стене киоска, расположенного на остановочном пункте <...>, доступна для всеобщего обозрения, обращена к неопределенному кругу лиц.

Данные обстоятельства указывают на ненадлежащую рекламу, поскольку при её распространении не соблюдены требования пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», касающиеся места размещения рекламы алкогольной продукции.

Согласно пункту 6 части 2 статьи 21 Федерального 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.

Согласно пункту 6 части 2 статьи 22 Федерального 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.

По информации, представленной администрацией центрального района г.Барнаула, расстояние от киоска, расположенного на остановочном пункте <...>, на котором размещена реклама алкогольного коктейля «VinCode» и пива «Марти Рэй», до образовательного учреждения - <...>, составляет 39 метров.

Таким образом, ООО «Британь» при распространении рекламы «Теперь он твой! Предупреждаем о вреде чрезмерного потребления алкоголя» с изображением двух банок с надписью «VinCode ROSSO Cocktail al Vino Alc.6», рекламы «Пей Марти Рэй Предупреждаем о вреде чрезмерного потребления алкоголя» с изображением банки с надписью «Marty Ray Cocktail Вкус граната Пиво специальное пастеризованное Alc.8» нарушены требования пункта 6 части 2 статьи 21, пункта 6 части 2 статьи 22 Федерального закона «О рекламе».

Комиссией установлен факт нарушения ООО «Британь» пункта 5 части 2 статьи 21, пункта 6 части 2 статьи 21, пункта 6 части 2 статьи 22 Федерального

закона «О рекламе».

В соответствии со статьей 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований установленных пунктом 5 части 2 статьи 21, пунктом 6 части 2 статьи 21, пунктом 6 части 2 статьи 22 Федерального закона «О рекламе» несет, в том числе, рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодателем рассматриваемой рекламной информации является ООО «Британь».

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 рекламу алкогольной продукции «Теперь он твой! Предупреждаем о вреде чрезмерного потребления алкоголя» с изображением двух банок с надписью «VinCode ROSSO Cocktail al Vino Alc.6» и рекламу пива «Пей Марти Рэй Предупреждаем о вреде чрезмерного потребления алкоголя» с изображением банки с надписью «Marty Ray

Cocktail Вкус граната Пиво специальное пастеризованное Alc.8», ненадлежащей, поскольку при её распространении нарушены требования пункта 5 части 2 статьи 21, пункта 6 части 2 статьи 21, пункта 6 части 2 статьи 22 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать рекламодателя - ООО «Британь» нарушившим требования пункта 5 части 2 статьи 21, пункта 6 части 2 статьи 21, пункта 6 части 2 статьи 22 Федерального закона «О рекламе».

3. Выдать рекламодателю - ООО «Британь» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу УФАС по Алтайскому краю для возбуждения производства по делу об административном правонарушении и проведении административного расследования по части 1 статьи 14.3 Кодекса об административных правонарушениях.

Резолютивная часть решения объявлена **06 марта 2012 года**.

Решение изготовлено в полном объеме **06 марта 2012 года**.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке,

предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса РФ.

Председатель Комиссии

<...>,

Члены Комиссии

<...>, <...>.