

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

Управление по Кировской области

610019, г.Киров обл., ул. К.Либкнехта, 69, тел. 64-73-31

от "02" августа 2011 г.

г. Киров

РЕШЕНИЕ

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председателя Комиссии – <...> – руководителя управления и членов Комиссии – <...> – ведущего специалиста-эксперта отдела финансовых рынков и рекламы, <...> – вед. специалиста-эксперта отдела финансовых рынков и рекламы, в присутствии:

<...> – руководителя Орловского муниципального фонда поддержки малого предпринимательства «Бизнес-центр»;

протокол вела <...> – специалист 2 разряда отдела товарных рынков и естественных монополий;

рассмотрев дело № 54 по признакам нарушения Орловским муниципальным фондом поддержки малого предпринимательства «Бизнес Центр» (612270, Кировская обл., г. Орлов, ул. <...>) п. 4 ч. 2, ч. 3 ст. 22 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области поступило совместное заявление <...> и <...> по нарушению рекламного законодательства при издании и распространении газеты «Сорока+Орлов».

По мнению заявителей, нарушение заключается в следующем:

В газете «Сорока+Орлов» № 9 от 12.06.2011 года на последней полосе (8 стр.) был опубликован рекламный модуль следующего содержания: «Шашлыки, пиво, квас, хороший отдых – все это ждет Вас ежедневно в Летнем кафе п. Ц. ус. Плодосовхоза (рядом пруд, спорткомплекс)».

По мнению заявителей, размещение рекламы пива на последней полосе газеты, недопустимо в силу ФЗ «О рекламе».

Согласно п. 4 ч. 2 и ч. 3 ст. 22 ФЗ «О рекламе» реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе: не должна размещаться на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов; в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде чрезмерного потребления пива и напитков, изготавливаемых на его основе.

Вышеуказанный рекламный модуль размещен на последней полосе газеты «Сорока+Орлов» и не содержит предупреждение о вреде чрезмерного потребления пива.

Согласно ст. 38 ФЗ «О рекламе» рекламораспространитель несет ответственность за нарушение п. 4 ч. 2, ч. 3 ст. 22 ФЗ «О рекламе».

Рекламораспространителем газеты «Сорока+Орлов» является Орловский муниципальный фонд поддержки малого предпринимательства «Бизнес-центр», что подтверждается информацией в выходных данных газеты. Учитывая изложенное, в отношении данного хозяйствующего субъекта возбуждено производство по делу.

К заседанию Комиссии, назначенному на 02.08.2011 года, документы, запрошенные определением о возбуждении дела № 54 по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, поступили в полном объеме.

Заявители – <...>, <...> на рассмотрение дела не явились, о дате, времени и месте рассмотрения дела извещены надлежащим образом.

На заседании Комиссии руководитель Орловского муниципального фонда поддержки малого предпринимательства «Бизнес-центр» <...> факт нарушения рекламного законодательства признал.

Изучив имеющиеся документы и заслушав доводы ответчика, Комиссия установила, что Орловский муниципальный фонд поддержки малого предпринимательства «Бизнес-центр» нарушил п. 4 ч. 2, ч. 3 ст. 22 Федерального закона «О рекламе».

Выводы Комиссии основаны на следующем:

Согласно ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «О рекламе», **рекламой** является **информация, распространяемая 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. Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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 – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.**

Спорная информация, размещенная в газете «Сорока+Орлов» № 9 от 12.06.2011 г. адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – летнему кафе, расположенному по адресу: п. Ц. ус.Плодосовхоза (рядом пруд, Спорткомплекс) и реализуемой им продукции – шашлыки, пиво, квас, на формирование и поддержание интереса к нему и способствует продвижению его на рынке.

Таким образом, указанная информация полностью соответствует понятию статьи 3 Закона и является рекламой.

Согласно ч. 1 ст. 5 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

Ненадлежащей признается реклама не соответствующая требованиям законодательства РФ (ст. 3 Закона).

Согласно п. 4 ч. 2 ст. 22 Федерального закона «О рекламе» реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, не должна размещаться на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов.

В соответствии с ч. 3 ст. 22 Федерального 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.

Спорный рекламный модуль содержит информацию о пиве и размещен на последней полосе газеты «Сорока+Орлов», а также не содержит предупреждение о вреде чрезмерного потребления пива, тем самым нарушается п. 4 ч. 2, ч. 3 ст. 22 ФЗ «О рекламе».

Согласно статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных п. 4 ч. 2, ч. 3 ст. 22 ФЗ «О рекламе» несет рекламораспространитель.

Нарушение рекламного законодательства произошло по вине Орловского муниципального фонда поддержки малого предпринимательства «Бизнес-центр», являющегося рекламораспространителем спорного рекламного модуля.

Учитывая то, что рекламный модуль был размещен только в одном номере газеты, антимонопольный орган считает возможным не выдавать Орловскому муниципальному фонду поддержки малого предпринимательства «Бизнес-центр» предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Согласно ст. 2.4 Кодекса РФ об административных правонарушениях должностное лицо подлежит административной ответственности в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Должностным лицом Орловского муниципального фонда поддержки малого предпринимательства «Бизнес-центр» является его руководитель – <...>, он же исполняет обязанности главного редактора газеты «Сорока+Орлов» и несет ответственность за соблюдение действующего законодательства.

Комиссия считает необходимым привлечь <...> к административной ответственности.

Руководствуясь ст. 3, ст. 5, ст. 22, ст. 33, ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать рекламу следующего содержания: «Шашлыки, пиво, квас, хороший отдых – все это ждет Вас ежедневно в Летнем кафе п. Ц. ус. Плодосовхоза (рядом пруд, спорткомплекс)», размещенную в газете «Сорока+Орлов» № 9 от 12.06.2011 года, ненадлежащей, так как она противоречит требованиям п. 4 ч. 2, ч. 3 ст. 22 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать Орловский муниципальный фонд поддержки малого предпринимательства «Бизнес-центр» нарушившим п. 4 ч. 2, ч. 3 ст. 22 Федерального закона «О рекламе».

4. Орловскому муниципальному фонду поддержки малого предпринимательства «Бизнес-центр» не выдавать предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

5. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 КоАП РФ, в отношении <...> как руководителя Орловского муниципального фонда поддержки малого предпринимательства «Бизнес-центр».

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в трехмесячный срок.

Решение изготовлено в окончательной форме 05.08.2011 года.

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>