

## РЕШЕНИЕ

«21» декабря 2010г. Смоленское УФАС России

Комиссия Смоленского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе <...> рассмотрев дело № 85/10-РЗ по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту размещения рекламы пива на внешних стенах здания кафе «Шашлычная» по адресу: г. Смоленск, около трамвайной остановки «Ситники», что указывает на признаки нарушения пункта 6 части 2 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон «О рекламе»),

### УСТАНОВИЛА:

в результате контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, должностными лицами Смоленского УФАС России 03.12.2010 было выявлено, что в г. Смоленске около трамвайной остановки «Ситники», на внешних стенах здания кафе «Шашлычная», на двух рекламных баннерах, размещается информация следующего содержания:

- «Изображение пивной бутылки и пивного стакана «Старый Мельник»  
Чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью»;

- «Золотая Бочка. Разливное. Новый сорт.

Еще один повод чаще встречаться

предупреждаем о вреде чрезмерного потребления пива

изображены бутылка пива «Золотая Бочка» разливное и пивной кружки»

Согласно статье 3 Закона «О рекламе»: «Реклама - 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. Объект

рекламирования - товар, средство его индивидуализации, изготовитель или

продавец товара, на привлечение внимания к которым направлена реклама».

Таким образом, указанная информация является рекламой, так как предназначена

для неопределенного круга лиц - распространяется на улице города и круг лиц не

может быть заранее определен в качестве получателя рекламной информации,

направлена на привлечение внимания, формирование и поддержание интереса к пиву марок «Старый Мельник» и «Золотая Бочка», которое реализуется в кафе «Шашлычная» и способствует продвижению указанного пива на рынке.

Согласно топографической съемке текущих изменений местности, представленной Управлением архитектуры и градостроительства Администрации города

Смоленска, кафе «Шашлычная», на котором размещается реклама пива,

расположено на расстоянии около 40 метров до здания, в котором находится

медицинское учреждение: СМУП «Стоматологическая поликлиника №4» (г.

Смоленск, ул. М. Еременко, д. 28). Таким образом, указанная выше реклама пива

размещается на расстоянии ближе, чем сто метров от здания, в котором

находится медицинское учреждение, что является нарушением пункта 6 части 2

статьи 22 Закона «О рекламе», согласно требованиям которого: «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».

Ответственность за нарушение требований, установленных частью 2 статьи 22 Закона «О рекламе», на основании части 7 статьи 38 данного Закона, несет рекламодатель.

Согласно статье 3 Закона «О рекламе»: «Рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств».

Распространение рекламы пива осуществляется посредством ее размещения на внешних стенах здания кафе «Шашлычная» по адресу: г. Смоленск, около трамвайной остановки «Ситники». Согласно Договору № 5-2005 купли – продажи от 15.11.2005, заключенного между Покупателем и Продавцом, павильон,

расположенный по адресу: г. Смоленск, около трамвайной остановки «Ситники», находится в собственности <...> Таким образом, рекламодателем указанной выше рекламы пива является <...>

На рассмотрении дела Ответчик согласился с выявленными нарушениями и пояснил, что нарушения допущены им неумышленно, по незнанию Закона «О рекламе». Договора на изготовление и размещение рекламы пива не заключал, а рекламные баннеры были представлены поставщиками пива. В настоящее время, по сообщению Ответчика, нарушения устранены. Однако доказательств устранения выявленных нарушений Комиссии представлено не было.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 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 пива марок «Старый Мельник» и «Золотая Бочка», которая размещается на внешних стенах здания кафе «Шашлычная» по адресу: г. Смоленск, около трамвайной остановки «Ситники», на расстоянии менее чем сто метров от медицинской организации СМУП «Стоматологическая поликлиника № 4», что не допустимо, поскольку в ней нарушены требования пункта 6 части 2 статьи 22 Закона «О рекламе».

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

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Смоленского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Подписи членов комиссии <...>

#### ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

« 21 » декабря 2010 года Смоленское УФАС России

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Смоленской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе <...>

на основании своего решения от 21.12.2010 по делу № 85/10-РЗ о признании ненадлежащей рекламы пива марок «Старый Мельник» и «Золотая Бочка», которая размещается на внешних стенах здания кафе «Шашлычная» по адресу: г. Смоленск, около трамвайной остановки «Ситники», на расстоянии менее чем сто метров от медицинской организации СМУП «Стоматологическая поликлиника № 4», что не допустимо, поскольку в ней нарушены требования пункта 6 части 2 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»), и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 Закона «О рекламе», пунктами 44 и 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. <...> в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: прекратить размещение ненадлежащей рекламы пива марок «Старый Мельник» и «Золотая Бочка» на внешних стенах здания кафе «Шашлычная» по адресу: г. Смоленск, около трамвайной остановки «Ситники».

2. Индивидуальному предпринимателю представить в Смоленское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 27.12.2010.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе, Смоленское УФАС России вправе, в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Подписи членов комиссии <..>