

резольютивная часть оглашена 19 мая 2010г.
г. Ижевск
изготовлено в полном объеме 24 мая 2010г.

Постоянно действующая Комиссия Удмуртского УФАС России по рассмотрению дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в составе:

председатель Комиссии: <...> – заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Удмуртской Республике; члены Комиссии: <...> – старший государственный инспектор отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции; <...> – ведущий специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции <...> - специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции;

рассмотрев дело № СЮ 04-03/2010-62Р, возбуждённое в отношении Индивидуального предпринимателя <...>, по факту распространения на торговом павильоне, расположенном на торгово-остановочном комплексе «Автостанция», рекламы пива и сигарет с признаками нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

в присутствии:

ИП <...> (паспорт <...>

представителя ИП <...> – <...> по доверенности от 11.05.2010г.,

УСТАНОВИЛА:

В ходе установления соответствия наружной рекламы в городе Ижевске Удмуртской Республики требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, специалистами Управления Федеральной антимонопольной службы по Удмуртской Республике 17 марта 2010 года установлен факт распространения на торговом павильоне, расположенном на торгово-остановочном комплексе «Автостанция», рекламы следующего содержания:

- пиво «Carlsberg» с изображением двух бутылок пива, размещённой с помощью плаката во внешней витрине торгового павильона (во втором окне справа от входной группы);

- «СИГАРЕТЫ», «ПИВО», с изображением кружки с пенной жидкостью жёлтого цвета, размещённой во внешней витрине торгового павильона (в четвертом окне справа от входной группы);

- «СИГАРЕТЫ», «ПИВО», размещённой с помощью рекламной конструкции на боковой стене торгового павильона (со стороны торгового дома «АйсВита»);

- «ПИВО», «СИГАРЕТЫ», с изображением кружки с пенной жидкостью жёлтого цвета, размещённой с помощью рекламной конструкции на боковой стене торгового павильона (слева от входной группы).

В ходе мероприятия было установлено, что торговую деятельность в торговом павильоне осуществляет ИП <...> (ОГРНИП 309184108600034).

Специалистами Удмуртского УФАС России была осуществлена фотосъёмка рекламы с помощью цифровой фотокамеры Konica Minolta Dimage Z3 и по результатам проверки составлен акт проверки от 17.03.2010г.

09 апреля 2010 года Удмуртским УФАС России возбуждено дело № СЮ 04-03/2010-62Р в отношении ИП <...>, по факту распространения на торговом павильоне,

расположенном на торгово-остановочном комплексе «Автостанция», рекламы пива «Carlsberg», «СИГАРЕТЫ», «ПИВО», с признаками нарушения ч.3 ст.22, п.4) ч.2 ст.23 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе»; рассмотрение дела № СЮ 04-03/2010-62Р было назначено на 29 апреля 2010 года в 15-00 часов.

Определение о возбуждении дела от 09 апреля 2010 года № СЮ 04-03/2010-62Р было направлено лицу, участвующему в деле, заказным письмом от 09.04.2010г. исх. № СЮ 01-17-04/2391.

На заседание Комиссии 29 апреля 2010 года ИП <...> не явился, документы и информацию, запрошенные определением о возбуждении дела от 09.04.2010г. № СЮ 04-03/2010-62Р, не представил. В тоже время, в Удмуртском УФАС России отсутствовали доказательства получения указанным лицом определения о возбуждении дела и его надлежащего уведомления о времени и месте рассмотрения дела.

Определением от 29.04.2010г. рассмотрение дела № Сю 04-03/2010-62Р было отложено на 19 мая 2010 года в 14-00 часов.

Во исполнение определения об отложении рассмотрения дела № СЮ 04-03/2010-62Р ИП <...> представил копии следующих документов: свидетельство о постановке на учет физического лица в налоговом органе серия <...> свидетельство о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя серия <...> договор на сдачу в аренду торгового павильона, заключенный между ИП <...> и ИП <...> от 10.01.2010г., ассортиментный перечень продукции, реализуемой в торговом павильоне, расположенном в торгово-остановочном комплексе «Южная Автостанция», фото-отчет об устранении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также письменные пояснения.

Из письменных пояснений ИП <...> следует, что допущенное нарушение индивидуальным предпринимателем признается. Наружная реклама, содержащая слова «пиво», «сигареты», была вывешена 28 февраля 2010 года. О наступлении возможных последствий ИП <...> не предполагал, в связи с неправильным истолкованием ФЗ «О рекламе», в части того, что подобная реклама запрещена только при расположении объекта на расстоянии 100 метров от учебных, детских, медицинских и других учреждений. По поводу рекламы пива «Carlsberg» следует отметить, что штора с рекламой пива была размещена представителем компании ООО «Ижбалт» с внутренней стороны помещения и использовалась как занавес. На ней присутствовала надпись о вреде чрезмерного потребления пива, что подтверждается фото, приложенными к пояснениям. После получения письма от Удмуртского УФАС России ИП <...> лично устранены указанные нарушения, а именно 29.04.2010г. После устранения нарушений была произведена фотосъемка рекламных конструкций, расположенных на торгово-остановочном комплексе «Южная автостанция».

На заседании Комиссии, состоявшемся 19.05.2010г. ИП <...> подержал доводы, изложенные в письменных пояснениях, пояснив, при этом, что не был осведомлен относительно того, что реклама пива должна сопровождаться предупреждением о вреде чрезмерного потребления данной продукции, а наружная реклама сигарет запрещена. Факт нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении указанной рекламы признал.

Изучив материалы дела, заслушав пояснения ИП <...>, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о

рекламе, Комиссия Удмуртского УФАС России приходит к следующим выводам. Согласно п.1) ст.3 ФЗ «О рекламе» реклама представляет собой информацию, распространяемую любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, направленную на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему, а также его продвижению на рынке.

В соответствии со ст.3 Федерального закона «О рекламе» под объектом рекламирования понимается товар, средство индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама. Исходя из содержания рекламы (пиво «Carlsberg» с изображением двух бутылок пива, «ПИВО» с изображением кружки с пенной жидкостью жёлтого цвета, «СИГАРЕТЫ»), и месторасположения (размещение во внешних витринах торгового павильона, а также на рекламных конструкциях, расположенных на павильоне), указанная информация привлекает внимание к товару, реализуемому в торговом павильоне, расположенном на остановочном комплексе «Автостанция», способствует его продвижению на рынке, следовательно, является рекламой данной продукции (пива и сигарет).

Согласно договору на сдачу в аренду торгового павильона от 10.01.2010г., заключенного между ИП <...> и ИП <...>, арендатором торгового павильона, расположенного на остановке «Автостанция», является ИП <...>, осуществляющий торговлю продуктами питания, в том числе, пивом, сигаретами. Таким образом, ИП <...> является рекламораспространителем как лицо, осуществляющее непосредственное распространение рекламы с помощью средства стабильного размещения – торгового павильона, находящегося в его пользовании.

Согласно части 3 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «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 размере не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

В рекламе следующего содержания:

- пиво «Carlsberg» с изображением двух бутылок пива, размещённой с помощью плаката во внешней витрине торгового павильона (во втором окне справа от входной группы),
- «ПИВО» с изображением кружки с пенной жидкостью жёлтого цвета, размещённой во внешней витрине торгового павильона (в четвертом окне справа от входной группы),
- «ПИВО», размещённой с помощью рекламной конструкции на боковой стене торгового павильона (со стороны торгового дома «АйсВита»),
- «ПИВО» с изображением кружки с пенной жидкостью жёлтого цвета, размещённой с помощью рекламной конструкции на боковой стене торгового павильона (слева от входной группы), предупреждение о вреде чрезмерного потребления пива отсутствует, что является нарушением части 3 статьи 22 ФЗ «О рекламе».

Согласно ч.7 ст.38 ФЗ «О рекламе» рекламораспространитель несёт ответственность за нарушение требований, установленных частями 2-4 статьи 22 Федерального закона «О рекламе».

Следовательно, ИП <...>, разместив указанную рекламу пива на торговом

павильоне, расположенном на торгово-остановочном комплексе «Автостанция», без предупреждения о вреде чрезмерного потребления пива и напитков, изготавливаемых на его основе, нарушил часть 3 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

В соответствии с п.4) ч.2 ст.23 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» реклама табака, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок и других подобных товаров, не должна размещаться с использованием средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

Распространение рекламы «СИГАРЕТЫ» с помощью рекламных конструкций, размещённых во внешней витрине торгового павильона, а также на боковых стенах павильона, является нарушением требований п.4) ч.2 ст.23 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с ч.7 ст.38 ФЗ «О рекламе» рекламораспространитель несёт ответственность за нарушение требований, установленных частями 2-4 статьи 23 Федерального закона «О рекламе».

Таким образом, ИП <...>, разместив рекламу сигарет с помощью рекламной конструкции стабильного территориального размещения - торгового павильона, расположенного на торгово-остановочном комплексе «Автостанция», нарушил п.4) ч.2 ст.23 ФЗ «О рекламе».

Учитывая, что ИП <...> представлены доказательства прекращения распространения рекламы «ПИВО» и «СИГАРЕТЫ» на торговом павильоне, расположенном на остановочном комплексе «Автостанция» до рассмотрения дела, руководствуясь п.47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства о рекламе, Комиссия Удмуртского УФАС России считает нецелесообразным выдачу предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь ч. 1 ст. 36 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе», и в соответствии с п. 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утверждённых Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006г. № 508, п.п. 3.55, 3.55.1, 3.55.2, 3.55.3, 3.55.4, 3.55.5, 3.55.6, 3.56, 3.56.1 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утверждённого Приказом ФАС России от 28.12.2007г. № 453, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу пива следующего содержания:

- пиво «Carlsberg» с изображением двух бутылок пива, размещённую с помощью плаката во внешней витрине торгового павильона (во втором окне справа от входной группы),
- «ПИВО» с изображением кружки с пенной жидкостью жёлтого цвета, размещённую во внешней витрине торгового павильона (в четвертом окне справа от входной группы),

- «ПИВО», размещённую с помощью рекламной конструкции на боковой стене торгового павильона (со стороны торгового дома «АйсВита»),
- «ПИВО» с изображением кружки с пенной жидкостью жёлтого цвета, размещённую с помощью рекламной конструкции на боковой стене торгового павильона (слева от входной группы),
ненадлежащей, поскольку при её распространении нарушены требования части 3 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Признать рекламу «СИГАРЕТЫ», распространённую с помощью рекламных конструкций, размещённых во внешних витринах и боковых стенах торгового павильона, расположенного на торгово-остановочном комплексе «Автостанция», ненадлежащей, поскольку при её распространении нарушены требования пункта 4) части 2 статьи 23 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

3. Признать индивидуального предпринимателя <...> рекламораспространителем, нарушившим ч.3 ст.22 Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы пива на торговом павильоне, расположенном на торгово-остановочном комплексе «Автостанция», без предупреждения о вреде чрезмерного потребления пива и напитков, изготавливаемых на его основе.

4. Признать индивидуального предпринимателя <...> рекламораспространителем, нарушившим п.4) ч.2 ст.23 Федерального закона «О рекламе» при распространении наружной рекламы «СИГАРЕТЫ», размещённой на торгово-остановочном комплексе «Автостанция».

5. Не выдавать индивидуальному предпринимателю <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

6. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Удмуртского УФАС России для возбуждения в отношении индивидуального предпринимателя <...> производства по делу об административном правонарушении, предусмотренному статьёй 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд Удмуртской Республики в течение трех месяцев с момента вынесения решения.

Председатель Комиссии

Члены Комиссии