

УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО РЕСПУБЛИКЕ КОМИ

РЕШЕНИЕ

26 марта 2012 года
(изготовление решения в полном объеме)
20 марта 2012 года
(оглашение резолютивной части)

№ 03-01/2115
г. Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия), в составе:

<...>;

рассмотрев материалы дела № Р 09-03/12, возбужденного в отношении индивидуального предпринимателя <...> (далее – ИП <...>о Ф.Ф.) по факту распространения рекламы следующего содержания: «Разливное свежее пиво» с изображением бокала и кружки, наполненных пивом с пеной, распространенной на рекламной конструкции, размещенной на фасаде здания, расположенного по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, проспект Бумажников, д. 40, с признаками нарушения требований п. 6 ч. 2 ст. 22 и ч. 3 ст. 22 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), в присутствии ИП <...>о Ф.Ф.,

УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми в ходе осуществления государственного надзора выявлено распространение на рекламной конструкции, размещенной на фасаде здания, расположенного по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, проспект Бумажников, д. 40, рекламы следующего содержания: «Разливное свежее пиво» с изображением бокала и кружки, наполненных пивом с пеной (далее – рассматриваемая реклама). В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе реклама - 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.

Вышеуказанная информация содержит все правовые признаки рекламы:

- распространена с использованием рекламной конструкции;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – разливному свежему пиву, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно ч. 4 ст. 2 Закона о рекламе специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных

видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

Из содержания рассматриваемой рекламы усматривается, что она не является явно не относящейся к рекламе пива.

Как разъяснил пленум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации в пункте 16 информационного письма от 25.12.1998 № 37, информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Согласно п. 6 ч. 2 ст. 22 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.

В результате осмотра 11.05.2011 сотрудниками Коми УФАС России территории в районе дома № 36 и дома № 40 по проспекту Бумажников г. Сыктывкара и замеров, произведенных с использованием специальных технических средств: цифрового лазерного дальномера модели BOSCH GLM 250 VF Professional (свидетельства о поверке № 066342 от 07.07.2010, № 097743 от 19.10.2011, выданы ФГУ «Коми центр стандартизации, метрологии и сертификации») и рулетки длиной 5 метров установлено следующее:

- 1) расстояние от края рекламной конструкции, содержащей рассматриваемую рекламу, до дома № 36 по проспекту Бумажников г. Сыктывкара составляет 41 метр;
- 2) расстояние от края рекламной конструкции, содержащей рассматриваемую рекламу, до крыльца муниципального автономного образовательного учреждения дополнительного образования детей «Детско-юношеская спортивная школа № 6» (далее - МАОУ ДОД «ДЮСШ-6»), находящегося по адресу: г. Сыктывкар, проспект Бумажников, д. 36, составляет 44 метра.

Согласно информации, представленной в материалы рекламного дела администрацией Эжвинского района муниципального образования городского округа «Сыктывкар», расстояние от места расположения рассматриваемой рекламы до дома № 36 по проспекту Бумажников, в котором расположены помещения МАОУ ДОД «ДЮСШ-6», составляет 38 метров.

В силу положений, установленных ст. 12 Закона Российской Федерации от 10.07.1992 № 3266-1 «Об образовании», образовательным является учреждение, осуществляющее образовательный процесс, то есть реализующее одну или несколько образовательных программ и (или) обеспечивающее содержание и воспитание обучающихся, воспитанников. Образовательное учреждение является юридическим лицом. Образовательные учреждения могут быть государственными (федеральными или находящимися в ведении субъекта Российской Федерации), муниципальными, негосударственными (частными, учреждениями общественных и религиозных организаций (объединений)).

Согласно информации, представленной МАОУ ДОД «ДЮСШ-6» в материалы рекламного дела, МАОУ ДОД «ДЮСШ-6» является некоммерческой организацией спортивной направленности, основной деятельностью которой является реализация дополнительных образовательных программ; в распоряжении МАОУ ДОД «ДЮСШ-6» находятся объекты, в которых осуществляется образовательный

процесс, в том числе клуб бокса «Ринг», расположенный по адресу: г. Сыктывкар, проспект Бумажников, д. 36.

В соответствии с пунктами 1.1, 3.1 Устава МАОУ ДОД «ДЮСШ-6», копия которого имеется в материалах рекламного дела, основной деятельностью учреждения является реализация дополнительных образовательных программ в целях всестороннего удовлетворения физкультурно-оздоровительных потребностей учащихся за пределами основных программ образовательных учреждений по физическому воспитанию; образовательная деятельность МАОУ ДОД «ДЮСШ-6» осуществляется на основании лицензии.

В материалах рекламного дела имеется копия выданной МАОУ ДОД «ДЮСШ-6» лицензии регистрационный № 92-ОУДОД от 23.08.2010, согласно которой МАОУ ДОД «ДЮСШ-6» имеет право ведения образовательной деятельности, в том числе по адресу: г. Сыктывкар, проспект Бумажников, д. 36.

Таким образом, рассматриваемая реклама размещена на расстоянии ближе чем сто метров от здания, занимаемого образовательным учреждением - МАОУ ДОД «ДЮСШ-6».

Согласно ч. 3 ст. 22 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. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и такому предупреждению должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Рассматриваемая реклама не содержит необходимого предупреждения о вреде чрезмерного потребления пива.

При таких обстоятельствах, рассматриваемая реклама размещена в нарушение требований, установленных п. 6 ч. 2 ст. 22 и ч. 3 ст. 22 Закона о рекламе.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации. Ответственность за нарушение требований, установленных п. 6 ч. 2 ст. 22 Закона о рекламе, согласно ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе несет рекламораспространитель. Ответственность за нарушение требований, установленных ч. 3 ст. 22 Закона о рекламе, согласно частям 6 и 7 ст. 38 Закона о рекламе несут и рекламодатель, и рекламораспространитель.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В материалах рекламного дела имеется выписка из Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей № 191 от 17.03.2012, согласно которой основным видом деятельности ИП <...>о Ф.Ф. является розничная торговля в неспециализированных магазинах.

ИП <...>о Ф.Ф. представлена в материалы рекламного дела копия ассортиментного перечня товаров в магазине № 40 «Жемчужина», г. Сыктывкар, проспект Бумажников, д. 40, в пункте 11 которого значится «пиво».

В материалах рекламного дела имеются копии свидетельств о государственной регистрации права от 16.04.2004 11АА № 240712 и от 16.02.2009 11АА № 598998,

согласно которым нежилые помещения/ 1 этаж – торговые помещения магазина № 40 «Жемчужина» по адресу: г. Сыктывкар, проспект Бумажников, д. 40 и пристройка к указанному магазину принадлежат на праве собственности <...>о Ф.Ф.

Согласно имеющейся в материалах рекламного дела письменной информации, представленной Отделением по борьбе с правонарушениями в сфере потребительского рынка ОМ № 2 УВД по г. Сыктывкару, рассматриваемая рекламная конструкция размещена ИП <...>о Ф.Ф.

Согласно имеющейся в материалах рекламного дела письменной информации, представленной Администрацией Эжвинского района муниципального образования городского округа «Сыктывкар», владельцем рекламной конструкции, на которой была размещена рассматриваемая реклама, является ИП <...>о Ф.Ф. В материалах рекламного дела имеется копия Постановления Мирowego судьи Магистрального судебного участка Эжвинского района г. Сыктывкара Республики Коми от 28.07.2011 по делу № 5-1582/2011, которым <...>о Ф.Ф. признан виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного ст. 14.37 Кодекса об административных правонарушениях Российской Федерации, поскольку допустил размещение рассматриваемой рекламной конструкции без предусмотренного Законом о рекламе разрешения.

В ходе рассмотрения рекламного дела ИП <...>о Ф.Ф. пояснил, что он является рекламодателем и рекламодателем рассматриваемой рекламы. Таким образом, усматривается, что рекламодателем и

рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП <...>о Ф.Ф. В ходе рассмотрения рекламного дела ИП <...>о Ф.Ф. пояснил, что спорная информация является не рекламой, а вывеской, поскольку в ней отсутствуют названия и марки пива; она была размещена в 2008 году и демонтирована 11.05.2011 - после проведения сотрудниками Коми УФАС России замеров расстояний от спорной рекламы до образовательного учреждения; требований Закона о рекламе он не знал.

Довод ИП <...>о Ф.Ф. о том, что спорная информация является не рекламой, а вывеской, Комиссией отклоняется на основании нижеследующего.

В силу положений, установленных ч. 1 ст. 9 Закона РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей», изготовитель (исполнитель, продавец) обязан довести до сведения потребителя фирменное наименование (наименование) своей организации, место ее нахождения (адрес) и режим ее работы. Продавец (исполнитель) размещает указанную информацию на вывеске.

В рассматриваемом случае сведения, приведенные в спорной информации, не содержат фирменного наименования (наименования) организации, места ее нахождения (адреса), режима работы и, кроме того, выходят за рамки требований упомянутой статьи, поскольку спорные сведения указывают на ассортимент реализуемого товара, в том числе разливное свежее пиво, и призваны формировать и поддерживать интерес к нему.

Таким образом, спорная информация по форме и содержанию не является вывеской в смысле, придаваемом пунктом 1 статьи 9 Закона РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей».

Довод ИП <...>о Ф.Ф. относительно того, что спорная информация не может признаваться рекламой, так как не содержит средств индивидуализации товара (не указаны марка, торговое наименование товара и т.д.), также является несостоятельным, поскольку для признания информации рекламой достаточно, чтобы внимание привлекалось в целом к товару (в рассматриваемом случае пиву), а не только к отдельному его виду, сорту, наименованию. Объектом рекламирования в силу статьи 3 Закона о рекламе является товар (продукт

деятельности), в данном случае пиво.

Кроме того, в рассматриваемой рекламе содержится фраза «Разливное свежее пиво», которая формирует интерес к данному товару, указывая на его качество и преимущественные характеристики (разливное, свежее), и желание приобрести его.

Таким образом, спорная информация содержит все правовые признаки рекламы, установленные в статье 3 Закона о рекламе, в силу чего признается рекламой.

В ходе рассмотрения рекламного дела ИП <...>о Ф.Ф. пояснил, что во время размещения в 2008 году рассматриваемой рекламы по адресу: г. Сыктывкар, проспект Бумажников, д. 36 образовательное учреждение не располагалось. Из материалов рекламного дела усматривается, что Устав МАОУ ДОД «ДЮСШ-6» утвержден распоряжением руководителя администрации Эжвинского района муниципального образования городского округа «Сыктывкар» № 509 от 01.11.2010. Указанным распоряжением создано МАОУ ДОД «ДЮСШ-6» путем изменения типа существующего муниципального образовательного учреждения дополнительного образования детей «ДЮСШ-6». Лицензия на право ведения образовательной деятельности по адресу: г. Сыктывкар, проспект Бумажников, д. 36 выдана МАОУ ДОД «ДЮСШ-6» 23.08.2010.

На основании вышеизложенного, Комиссия посчитала возможным учесть в качестве периода распространения рассматриваемой рекламы в нарушение п. 6 ч. 2 ст. 22 Закона о рекламе, то есть на расстоянии ближе чем сто метров от здания, занимаемого образовательным учреждением, период с 2010 года по 11 мая 2011 года.

Из материалов рекламного дела следует, что период распространения рекламы в нарушение ч. 3 ст. 22 Закона о рекламе, то есть без необходимого предупреждения о вреде чрезмерного потребления пива - с 2008 года по 11 мая 2011 года, территория распространения – Эжвинский район г. Сыктывкара. Комиссия в ходе рассмотрения рекламного дела № Р 09-03/12 установила, что нарушение требований п. 6 ч. 2 ст. 22 и ч. 3 ст. 22 Закона о рекламе произошло по вине рекламодателя и рекламораспространителя рассматриваемой рекламы - ИП <...>о Ф.Ф.

Из материалов рекламного дела усматривается, что со стороны ИП <...>о Ф.Ф. должных мер по контролю соответствия рассматриваемой рекламы требованиям Закона о рекламе не принято, что и привело к рассматриваемому нарушению.

Таким образом, ИП <...>о Ф.Ф. нарушены требования п. 6 ч. 2 ст. 22 и ч. 3 ст. 22 Закона о рекламе.

Комиссией установлено, что на дату вынесения решения факт распространения рассматриваемой рекламы не имеет места, что подтверждается письменной информацией, представленной администрацией Эжвинского района муниципального образования городского округа «Сыктывкар» в материалы рекламного дела.

В связи с добровольным устранением лицом совершённого нарушения, Комиссия сочла нецелесообразной выдачу ИП <...>о Ф.Ф. предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

На основании изложенного, руководствуясь п. 4 ст. 3, п. 2 ч. 1 ст. 33, п. 7 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 – 43, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, п. 3.55 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по

исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС РФ от 28.12.2007 № 453,

Р Е Ш И Л А:

1. Признать рекламу следующего содержания: «Разливное свежее пиво» с изображением бокала и кружки, наполненных пивом с пеной, распространенной на рекламной конструкции, размещенной на фасаде здания, расположенного по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, проспект Бумажников, д. 40, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования п. 6 ч. 2 ст. 22 и ч. 3 ст. 22 Закона о рекламе.

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы ИП <...>о Ф.Ф. не выдавать, поскольку распространение рекламы, указанной в п. 1 настоящего решения, прекращено.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ИП <...>о Ф.Ф. дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 26 марта 2012 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.