

РЕШЕНИЕ № 244-84р

«02» ноября 2010 года

город Воронеж

(дата оглашения резолютивной части решения)

Комиссия Воронежского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: <...>;

члены Комиссии: <...>;

рассмотрев дело № 244-84р по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения гражданином <...> (далее — <...>) на правой и левой сторонах кузова автобуса «ПАЗ» (государственный номер АТ 916 36RUS) (далее — автобус) рекламы пива с признаками нарушения требований **пункта 6 части 2 статьи 22 ФЗ «О рекламе»**,

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе: <...>,

заинтересованного лица: представитель ООО «ПАРИТЕТ» по доверенности <...>, **установила:**

Воронежским УФАС России 26.08.2010, в ходе мониторинга наружной рекламы установлено распространение на правой и левой сторонах кузова автобуса, осуществляющего перевозку пассажиров в качестве общественного транспорта и следующего по маршруту № 8 в непосредственной близости от дома № 23 по улице Фридриха Энгельса (здание Муниципального образовательного учреждения Средняя общеобразовательная школа № 28) (далее — МОУ СОШ № 28) информации следующего содержания: «**КРЕПКОЕ ПИВО № 1 В РОССИИ. По данным ACNielsen за 2004-2006 г.г. торговая марка "Охота Крепкое" является лидером по доле рынка в сегменте крепкого пива. ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ ПИВА ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ**», с использованием изображения бутылки пива «Охота Крепкое» и стилизованной крышки с надписью «18. Продажа пива несовершеннолетним запрещена» (далее — рассматриваемая информация), о чем <...> составлен акт осмотра информации, размещенной на транспортных средствах (далее — акт осмотра), с приложением плана - схемы и фотоматериалов.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 - ФЗ «О рекламе» (далее — ФЗ «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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе», 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.

Рассматриваемая информация является рекламой, так как адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формированию или поддержанию интереса к нему и его продвижению на рынке.

Одним из объектов рекламирования в рассматриваемой рекламе является пиво «ОХОТА Крепкое».

Запросом Воронежского УФАС России от 03.09.2010 от департамента организации дорожной деятельности и пассажирских перевозок Администрации городского округа — город Воронеж были получены сведения, согласно которым, перевозка пассажиров по маршруту № 8 осуществляется Обществом с ограниченной ответственностью «ПАРИТЕТ» на автобусе «ПАЗ» (гос. номер АТ916 36RUS).

Определением от 11.10.2010 в отношении ООО «ПАРИТЕТ» возбуждено дело № 244-84р по признакам нарушения пункта 6 части 2 статьи 22 ФЗ «О рекламе» и назначено к рассмотрению на 11 часов 00 минут 02 ноября 2010 года.

02 ноября 2010 года в 11 часов 00 минут, в ходе рассмотрения дела Воронежским УФАС России от ООО «ПАРИТЕТ» получены сведения, на основании которых установлено следующее.

В соответствии с договором безвозмездного пользования автомобилем б/н от 05 января 2010 года (далее - договор безвозмездного пользования), заключенного между ООО «ПАРИТЕТ» (ссудополучатель) и физическим лицом <...> (далее — <...>, ссудодатель), ссудодатель предоставляет в безвозмездное пользование собственный автобус «ПАЗ», а ссудополучатель принимает во временное пользование автобус «ПАЗ» для осуществления пассажирских перевозок (пп. 1.1, 1.2 договора).

От <...> 02.11.2010 поступило объяснение, в соответствии с которым следует, что <...> разместил рекламу пива «ОХОТА Крепкое» на кузове транспортного средства автобус «ПАЗ» по собственной инициативе, вопреки интересам ООО «ПАРИТЕТ».

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе», рекламодатель — лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В силу самостоятельных действий гражданина <...>, разместившего на бортах принадлежащего ему транспортного средства рассматриваемую рекламу, данное лицо признается ее рекламодателем.

Также 02 ноября 2010 года поступило ходатайство <...> о замене лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства РФ о рекламе с ООО «ПАРИТЕТ» на физическое лицо <...>.

В связи с поступившим ходатайством <...>, Определением от 02.11.2010 ненадлежащее лицо (ООО «ПАРИТЕТ») заменено на гражданина <...>, в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также рассмотрение дела отложено и назначено на 12 часов 00 минут 02 ноября 2010 года, по адресу: г. Воронеж, ул. 9 Января, д. 36, к. 23.

В ходе рассмотрения дела 02 ноября 2010 года в 12 часов 00 минут <...> признал факты нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Ознакомившись с материалами дела, заслушав объяснения лиц, участвующих в деле, Комиссия пришла к выводу о наличии в действиях <...> нарушения пункта 6 части 2 статьи 22 ФЗ «О рекламе» на основании следующих обстоятельств.

Согласно пункту 6 части 2 статьи 22 ФЗ «О рекламе» реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, не должна размещаться, в том числе, 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 соответствии с пунктом 2 части 4 статьи 12 Закона Российской Федерации от 10.07.1992 №3266-1 «Об образовании», учреждения начального общего, основного общего, среднего (полного) общего образования относятся к образовательным учреждениям, то есть являются образовательными организациями.

Как следует из План-схемы от 26.08.2010 к Акту осмотра, остановка «Кинотеатр «Юность» располагается на расстоянии 25 (двадцать пять) метров от МОУ СОШ № 28.

Согласно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе», ненадлежащей рекламой признается реклама, не соответствующая требованиям Российской Федерации.

На основании изложенного установлено, что рассматриваемая реклама распространяется с нарушением **пункта 6 части 2 статьи 22 ФЗ «О рекламе»**, выраженным в распространении рекламы пива на расстоянии 25 (двадцать пять) метров от здания, занимаемого образовательной организацией, что не допускается.

В соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение

требований, установленных, в том числе, пунктом 6 части 2 статьи 22 ФЗ «О рекламе».

Комиссии не представлено доказательств того, что распространение рассматриваемой ненадлежащей рекламы на момент вынесения настоящего Решения прекращено, тем самым Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи рекламораспространителю ненадлежащей рекламы <...> Предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37- 43 «Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе», утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17 августа 2006 № 508, Комиссия, **решила:**

1. Признать ненадлежащей рекламу «КРЕПКОЕ ПИВО № 1 В РОССИИ. По данным ACNielsen за 2004-2006 г.г. торговая марка "Охота Крепкое" является лидером по доле рынка в сегменте крепкого пива. ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ ПИВА ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ», с использованием изображения бутылки пива «Охота Крепкое» и стилизованной крышки с надписью «18. Продажа пива несовершеннолетним запрещена», распространенную гражданином <...> на правой и левой сторонах автобуса, поскольку данная реклама нарушает требования **пункта 6 части 2 статьи 22 ФЗ «О рекламе».**

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

3. Передать материалы дела уполномоченному сотруднику Воронежского УФАС России (<...>) для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «02» ноября 2010 года.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии