

РЕШЕНИЕ № 950-ФАС52-07/12

23 августа 2012 года

г.Н.Новгород

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

- Смирнов С.В. - председатель Комиссии, заместитель руководителя управления;
- Швецова О.Ю. - член Комиссии, начальник отдела контроля финансовых рынков, рекламы и недобросовестной конкуренции;

**член Комиссии, главный
специалист - специалист
отдела контроля
финансовых рынков,
рекламы и
недобросовестной
конкуренции,**

Михайлова Н.В. -

рассмотрев дело №950-ФАС52-07/12, возбужденное в отношении общества с ограниченной ответственностью «Искусство и отдых» (адрес: 603005, г.Н.Новгород, ул.Пискунова, д. 9), по признакам нарушения пункта 5 части 2, части 3 статьи 21, пункта 4 части 2 статьи 23 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», в присутствии генерального директора общества Детярева М.А.,

УСТАНОВИЛА:

В ходе проверки рекламных сообщений на предмет их соответствия требованиям Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» специалистами Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области 24 июля 2012 года по адресу: пл. Горького, д. 1/61, выявлено рекламное сообщение алкогольной продукции и кальяна, размещенное в виде растяжки на внешней стене крыльца помещения, занимаемого кафе «TAKESHI KITANO».

Рекламное сообщение содержит признаки нарушения пункта 5 части 2, части 3 статьи 21, пункта 4 части 2 статьи 23, в связи с чем, 03 августа 2012 года Нижегородским УФАС России в отношении рекламодателя - ООО «Искусство и отдых» возбуждено дело №950-ФАС52-07/12.

Изучив материалы дела, представленные документы, заслушав представителя ответчика, Комиссия Нижегородского УФАС России приходит к следующим выводам.

24 июля 2012 года по адресу: пл.Горького, д. 1/61, выявлено сообщение в виде растяжки на внешней стене крыльца помещения, занимаемого кафе «TAKESHI KITANO» следующего содержания: *«МЫ ОТКРЫЛИСЬ! «TAKESHI KITANO» ... БАР: Мартини Оранж – 120р.; Беллини – 180р.; Мохито – 220р.; Текила Санрайз – 190р.; Голд Party – 600р.; Кальян в ассортименте...».*

По данному факту составлен Акт наблюдения от 24.07.2012 г. с приложением фотографий рекламных сообщений.

Данное сообщение является рекламой, поскольку отвечает понятию рекламы, изложенному в пункте 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», в соответствии с которым под рекламой понимается информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования,

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» объект рекламирования - 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, пункт 3 этой же статьи определил, что товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Указанные сообщения являются рекламой, так как направлены на привлечение внимания неопределенного круга лиц - потребителей к рекламируемому товару. Объектом рекламирования в рекламном сообщении является кафе «TAKESHI KITANO», а товаром – алкогольные напитки: «Мартини Оранж», «Беллини», «Мохито», «Текила Санрайз», «Голд Party», курительная принадлежность - кальян.

В соответствии с Товарной номенклатурой внешнеэкономической деятельности содружества независимых государств алкогольные и безалкогольные напитки включены в товарную группу № 22, при этом, алкогольные напитки включаются в товарные позиции 2203-2206 или 2208. Текила согласно товарной номенклатуре имеет товарную позицию 2208 90 540, то есть является алкогольным напитком.

На сайте Федеральной службы по регулированию алкогольного рынка присутствует Классификатор видов продукции. Согласно данного классификатора в состав алкогольной продукции в раздел «другие вина. импортная продукция» включается вино «Мартини».

Таким образом, из указанных в наружной рекламе напитков «Мартини» и «Текила»

относятся к алкогольной продукции.

Согласно пункта 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 №171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» алкогольная продукция - пищевая продукция, которая произведена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции, за исключением пищевой продукции в соответствии с [перечнем](#), установленным Правительством Российской Федерации. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как спиртные напитки (в том числе водка), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива.

На основании части 1 статьи 19 ФЗ «О рекламе» распространение наружной рекламы возможно с использованием щитов, стенов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

В соответствии пунктом 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

В соответствии с частью 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Комиссией Нижегородского УФАС России установлено, что на внешней стене крыльца помещения, занимаемого кафе «TAKESHI KITANO» размещена рекламная конструкция в виде рекламной растяжки с рекламой алкогольной продукции. Реклама алкогольной продукции также не содержала предупреждения о вреде чрезмерного употребления алкоголя.

Таким образом, реклама алкогольной продукции, размещенная на внешней стене крыльца помещения, занимаемого кафе «TAKESHI KITANO», в виде рекламной растяжки противоречит пункту 5 части 2, части 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с пунктом 4 части 2 статьи 23 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, в том числе с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

Реклама курительной принадлежности – кальяна, размещенная на внешней стене крыльца помещения, занимаемого кафе «TAKESHI KITANO», в виде рекламной

растяжки, противоречит требованиям пункта 4 части 2 статьи 23 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных частями 2 и 3 статьи 21, части 2 статьи 23 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с пунктом 6 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламораспространителем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Предпринимательскую деятельность в кафе «TAKESHI KITANO» осуществляет Общество с ограниченной ответственностью «Искусство и отдых».

Следовательно, рекламораспространителем рассматриваемого рекламного сообщения в данном случае является ООО «Искусство и отдых».

Таким образом, реклама алкогольной продукции и курительной принадлежности - кальяна, размещенная ООО «Искусство и отдых» на внешней стене крыльца помещения, занимаемого кафе «TAKESHI KITANO», в виде рекламной растяжки противоречит пункту 5 части 2, части 3 статьи 21, пункту 4 части 2 статьи 23 ФЗ «О рекламе».

В ходе рассмотрения дела генеральный директор ООО «Искусство и отдых» признал совершенное правонарушение и пояснил, что на момент рассмотрения дела рекламная растяжка размещается на том же месте. В связи с этим, Комиссия Нижегородского УФАС России считает необходимым выдать обществу предписание об устранении выявленного правонарушения.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с пунктами 37-44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей наружную рекламу алкогольной продукции: «Мартини Оранж», «Текила Санрайз» и курительной принадлежности - кальяна, размещенную ООО «Искусство и отдых» на внешней стене крыльца помещения, занимаемого кафе «TAKESHI KITANO», в виде рекламной растяжки, поскольку она противоречит требованиям пункта 5 части 2, части 3 статьи 21, пункта 4 части 2 статьи 23 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «Искусство и отдых» предписания об устранении выявленных правонарушений Федерального закона «О рекламе».

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 29 августа 2012 года.

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

Председатель Комиссии

С.В.Смирнов

Члены Комиссии

О.Ю.Швецова

Н.В.Михайлова