

РЕШЕНИЕ
по делу № РЦ.08.12.55

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

<...>,

рассмотрев дело № РЦ.08.12.55 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения посредством брошюры с репертуаром Большого театра во время спектаклей в сентябре-октябре 2012 г. рекламы табачной компании JTI,

в присутствии представителей:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

Федеральное государственное бюджетное учреждение культуры

«Государственный академический Большой театр России» (адрес: Театральная пл., 1, г. Москва, 125009, ИНН 7707079537, ОГРН 1027739856539) – <...> (доверенность № 1-27-406 от 19.11.2012), <...> (доверенность № 1-27-405 от 19.11.2012),

УСТАНОВИЛА:

Федеральное государственное бюджетное учреждение культуры

«Государственный академический Большой театр России» (далее – Большой театр) обратилось в ФАС России с ходатайством об отложении дела в связи с необходимостью провести социологическое исследование для установления факта ассоциирования потребителями рассматриваемой спонсорской рекламы с табачной продукцией. Данное ходатайство было отклонено в связи с тем, что такая экспертиза не влияет на предмет рассмотрения по делу.

В ФАС России поступило обращение гражданина с претензией к рекламе компании Japan Tobacco International, размещавшейся на брошюре Государственного академического Большого театра России (далее – Большой театр) с репертуаром на сентябрь-октябрь 2012 года в г. Москве, в виде спонсорской рекламы следующего содержания: «Официальный спонсор балета Большого театра JTI».

Japan Tobacco International – компания, осуществляющая производство и реализацию табачной продукции.

В соответствии с пунктом 6 части 1 статьи 23 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе») реклама табака, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок и других подобных товаров, не должна распространяться 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.

Согласно части 3 статьи 23 Федерального закона «О рекламе» реклама табака и табачных изделий в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде курения, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

В силу части 4 статьи 2 Федерального 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.

Следовательно, реклама компании JTI должна соответствовать положениям статьи 23 Федерального закона «О рекламе».

Реклама табачной компании JTI распространялась посредством брошюры с репертуаром Большого театра во время спектаклей в сентябре-октябре 2012 г. и не сопровождалась предупреждением о вреде курения. Большой театр предоставил информацию и материалы, согласно которым реклама табачной компании JTI распространялась также в каталогах «Раймонда», «WWB@LLET.RU», а также на открытках с репертуаром Большого театра в 2012 году.

Таким образом, в спонсорской рекламе табачной компании JTI, усматриваются признаки нарушения пункта 6 части 1 и части 3 статьи 23 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со статьей 38 Федерального закона «О рекламе» рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных статьей 23 Федерального закона «О рекламе».

Рекламораспространителем данной рекламы является Федеральное государственное бюджетное учреждение культуры «Государственный академический Большой театр России» (адрес: Театральная пл., 1, г. Москва, 125009, ИНН 7707079537, ОГРН 1027739856539).

Руководствуясь пунктом 6 части 1 и части 3 статьи 23, пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального 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 табачной компании JTI, распространявшуюся посредством брошюры с репертуаром Большого театра во время спектаклей в сентябре-октябре 2012 г., поскольку данная реклама размещалась в театре, что противоречит требованиям пункта 6 части 1 статьи 23 Федерального закона «О рекламе».
2. Признать ненадлежащей рекламу табачной компании JTI, распространявшуюся посредством брошюры с репертуаром Большого театра во время спектаклей в сентябре-октябре 2012 г., поскольку в данной рекламе отсутствует предусмотренное частью 3 статьи 23 Федерального закона «О рекламе» предупреждение.
3. Выдать ФГБУК «Государственный академический Большой театр России» предписание о прекращении нарушения пункта 6 части 1 и части 3 статьи 23 Федерального закона «О рекламе» в рекламе табачной компании JTI.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу ФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных

правонарушениях, в отношении рекламодателя указанной рекламы - ФГБУК «Государственный академический Большой театр России».

Решение изготовлено в полном объеме 22 ноября 2012 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

ПРЕДПИСАНИЕ
о прекращении нарушения
законодательства Российской Федерации о рекламе
по делу № РЦ.08.12.55

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

<...>,

на основании своего решения от 20 ноября 2012 г. по делу № РЦ.08.12.55 о признании ненадлежащей рекламы табачной компании JTI, распространявшейся в сентябре-октябре 2012 г. посредством брошюры и открыток с репертуаром Большого театра, а также в каталогах «Раймонда», «WWB@LLET.RU», и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Федеральное государственное бюджетное учреждение культуры «Государственный академический Большой театр России» (адрес: Театральная пл., 1, г. Москва, 125009, ИНН 7707079537, ОГРН 1027739856539) прекратить нарушение требований пункта 6 части 1 статьи 23 Федерального закона «О рекламе» в рекламе табачной компании JTI, выразившееся в распространение указанной рекламы в театре.

2. Федеральное государственное бюджетное учреждение культуры «Государственный академический Большой театр России» (адрес: Театральная пл., 1, г. Москва, 125009, ИНН 7707079537, ОГРН 1027739856539) прекратить нарушение требований 3 части статьи 23 Федерального закона «О рекламе» в рекламе табачной компании JTI, а именно, в данной рекламе отсутствует предусмотренное законом предупреждение о вреде курения.

Срок исполнения предписания 20 дней со дня получения настоящего предписания.

3. Федеральное государственное бюджетное учреждение культуры «Государственный академический Большой театр России» представить в ФАС России письменные доказательства исполнения пунктов 1 и 2 настоящего предписания до 16 января 2012 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на юридических лиц штраф в размере от трёхсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Перечень территориальных органов ФАС России с их актуальными адресами
можно скачать внизу страницы