

РЕШЕНИЕ

по делу №49 о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

14 мая 2013 года

г. Ставрополь

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Ставропольскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Тихенький О.А. – председатель Комиссии, заместитель руководителя управления;

Долидович Е.Е. – член Комиссии, ведущий специалист-эксперт отдела надзора за соблюдением рекламного законодательства и пресечения недобросовестной конкуренции;

Маскаева Н.В. – член Комиссии, государственный инспектор отдела надзора за соблюдением рекламного законодательства и пресечения недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело №49 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, по факту распространения ИП <.....> рекламы, содержащей признаки нарушения пункта 5 части 2 статьи 21, части 3 статьи 21, пункта 4 части 2 статьи 23 и части 3 статьи 23 Федерального закона от 13.03.2006 №38 – ФЗ «О рекламе»,

в присутствии ИП <.....>,

УСТАНОВИЛА:

В городе Ставрополе, 31 марта 2013 года, в жилом комплексе «Перспективный», на улице Тухачевского, 24/2 (20), был выявлен факт размещения наружной рекламы пива с изображением бокала с пивом, следующего содержания: «ПивЪсервис – сеть магазинов разливного пива. ЖИВОЕ ПИВО: Хадыженское, Алафузова, Бавария, Сладовар, Чапаевское, Карачаевское, Шумерское, СССР, квас», а также изображение кальяна с текстовой надписью «Аксессуары для кальянов».

Данная реклама адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, а именно к алкогольной продукции и курительным принадлежностям, реализуемым ИП <.....>.

Вышеуказанная наружная реклама распространяется с использованием технических средств стабильного территориального размещения, монтируемых и располагаемых на внешней стене жилого дома без предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции, а также без предупреждения о вреде курения.

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-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 и поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке.

В соответствии с частью 2 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 г. №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.

Исходя из части 5 статьи 3 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе», рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) рекламы лицо.

Исходя из части 7 статьи 3 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе», рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно пункту 7 статьи 2 Федерального закона «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» под алкогольной продукцией понимается 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.

Таким образом, к алкогольной продукции относится пиво с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции.

В соответствии с частью 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.06 №38-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 (рекламного пространства).

В соответствии с пунктом 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.06 №38-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 пунктом 4 части 2 статьи 23 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006 г. «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 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 23 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006 г. «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).

На основании частей 6 и 7 статьи 38 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ "О рекламе", за нарушение части 3 статьи 21 и части 3 статьи 23 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ "О рекламе", ответственность несёт как рекламодаделец, так и рекламодатель-распространитель.

На основании части 7 статьи 38 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ "О рекламе", за нарушение пункта 5 части 2 статьи 21 и пункта 4 части 2 статьи 23 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ "О рекламе", ответственность несёт рекламодатель-распространитель.

На рассмотрении дела ИП <.....> согласился с допущенным нарушением Федерального закона «О рекламе» и пояснил, что нарушения произошли по незнанию требований Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе».

Следовательно, ИП <.....> допущены нарушения пункта 5 части 2 статьи 21, части 3 статьи 21, пункта 4 части 2 статьи 23 и части 3 статьи 23 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.06 «О рекламе», выразившиеся в распространении наружной рекламы алкогольной продукции (пиво) и курительных принадлежностей с использованием технических средств стабильного территориального размещения, монтируемых и располагаемых на внешней стене жилого дома без предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции, а также без предупреждения о вреде курения.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 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:

Признать ненадлежащей рекламу, распространенную ИП <.....>, поскольку в ней нарушены требования пункта 5 части 2 статьи 21, части 3 статьи 21, пункта 4 части 2 статьи 23 и части 3 статьи 23 Федерального закона от 13.03.2006 №38 – ФЗ «О рекламе».

Выдать ИП <.....> предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Ставропольского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 15.05.2013 г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.