

РЕШЕНИЕ

Резолютивная часть решения объявлена 12.03.2010

Полный текст решения изготовлен 18.03.2010

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

председатель Комиссии – руководитель управления;

члены Комиссии:

главный государственный инспектор отдела антимонопольного контроля и рекламы;

главный специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы;

специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы,

рассмотрев дело № 5 по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе по факту размещения рекламы пива следующего содержания: «Берег Байкала». ПИВО В РОЗЛИВ 24 часа. Продукты 100 метров», расположенной по адресу: г. Чита, ул. Ленина, 109 (рядом находится ГУЗ «Краевая больница восстановительного лечения № 3»),
- в присутствии индивидуального предпринимателя П.;

УСТАНОВИЛА:

5.02.2010 сотрудниками Забайкальского УФАС России установлено, что по адресу: г. Чита, ул. Ленина, 109 (рядом находится ГУЗ «Краевая больница восстановительного лечения № 3») размещалась реклама пива следующего содержания: «Берег Байкала». ПИВО В РОЗЛИВ 24 часа. Продукты 100 метров».

В соответствии с частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе») и пунктом 12 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ, утвержденных постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508 5.02.2010 Забайкальским УФАС России было возбуждено производство по делу № 5 по признакам нарушения пункта 6 части 2 статьи 22 Закона «О рекламе» в отношении индивидуального предпринимателя П.

В ходе рассмотрения дела были изучены фотографии с изображением указанной выше рекламной конструкции, учредительные документы, договоры и иные документы.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона «О рекламе» реклама - это 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. Пункт 2 статьи 3 Закона «О рекламе» определяет объект рекламирования как товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовителя или продавца 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.

Объектом рекламирования в данном случае является товар – пиво. О данном факте свидетельствует содержание рекламы: «Берег Байкала». ПИВО В РОЗЛИВ 24 часа. Продукты 100 метров».

Согласно пункту 6 части 2 статьи 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.

На основании пункта 3 части 2 статьи 5 Закона «О рекламе» недобросовестной признается [реклама](#), которая представляет собой рекламу товара, реклама которого запрещена данным способом, в данное время или в данном месте, если она осуществляется под видом рекламы другого товара, товарный знак или знак обслуживания которого тождествен или сходен до степени смешения с товарным знаком или знаком обслуживания товара, в отношении рекламы которого установлены соответствующие требования и ограничения, а также под видом рекламы изготовителя или продавца такого товара.

На основании части 1 статьи 5 Закона «О рекламе» недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона «О рекламе» ненадлежащей рекламой является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

На основании письма Управления Архитектуры и градостроительства Комитета по развитию инфраструктуры Администрации городского округа «Город Чита» от 02.02.2010 исх. № 134 расстояние от указанной рекламной конструкции до ГУЗ «Краевая больница восстановительного лечения № 3» составляет 15 метров.

В ходе рассмотрения дела индивидуальный предприниматель пояснил, что не знал о том, что менее чем в 100 метрах расположена медицинская организация.

На основании части 1 статьи 19 Закона «О рекламе» распространение наружной рекламы с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения, монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта, осуществляется владельцем рекламной конструкции, являющимся рекламодателем, с соблюдением требований настоящей статьи.

Согласно разрешению на установку рекламной конструкции, выданному Управлением потребительского рынка Администрации городского округа «Город Чита» владельцем рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Чита, ул. Ленина, 109 является индивидуальный предприниматель П.

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

Согласно выписке из ЕГРИП основным видом деятельности индивидуального предпринимателя П является рекламная деятельность.

В деле имеется копия договора на изготовление и размещение наружной рекламы, согласно которому рекламодатель (индивидуальный предприниматель З) заказал работы по изготовлению и размещению наружной рекламы по адресу: г. Чита, ул. Ленина, 109 (на рекламной стойке типа «Сити-формат») у индивидуального предпринимателя П.

Таким образом, в данном случае рекламодателем является индивидуальный предприниматель П.

Комиссией Забайкальского УФАС России данная конструкция расценивается как ненадлежащая реклама пива.

В процессе рассмотрения дела индивидуальный предприниматель П. подтвердил факт нарушения законодательства РФ о рекламе.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона «О рекламе»; пунктами 37 - 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, утвержденных Постановлением правительства РФ от 17.08.2006 № 508; Комиссия;

РЕШИЛА:

Признать ненадлежащей рекламу пива следующего содержания: «Берег Байкала». ПИВО В РОЗЛИВ 24 часа. Продукты 100 метров», расположенную по адресу: г. Чита, ул. Ленина, 109 (рядом находится ГУЗ «Краевая больница восстановительного лечения № 3»), поскольку данная реклама нарушает требования пункта 6 части 2 статьи 22 Закона «О рекламе».

Выдать индивидуальному предпринимателю П. предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Забайкальского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьёй 14.3 КоАП. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьёй 198 Арбитражного процессуального кодекса РФ.

Председатель Комиссии:

Члены Комиссии:

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по делу № 5

Резолютивная часть предписания объявлена 12.03.2010
Полный текст предписания изготовлен 18.03.2010

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

председатель Комиссии – руководитель управления,

члены Комиссии:

главный государственный инспектор отдела антимонопольного контроля и рекламы;

главный специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы;

специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы,

на основании своего решения от 18.03.2010 по делу № 5 о признании ненадлежащей рекламы пива, следующего содержания: «Берег Байкала». ПИВО В РОЗЛИВ 24 часа. Продукты 100 метров», расположенной по адресу: г. Чита, ул. Ленина, 109 (рядом находится ГУЗ «Краевая больница восстановительного лечения № 3»), поскольку данная реклама нарушает требования пункта 6 части 2 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»). В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508; пунктом 3.56 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, утвержденного приказом ФАС от 28.12.2007 № 453;

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Индивидуальному предпринимателю Попову Михаилу Юрьевичу в течение 5 дней со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства РФ о рекламе.
2. Индивидуальному предпринимателю Попову Михаилу Юрьевичу представить в Забайкальское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 5 апреля 2010 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Забайкальское УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4. статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностное лицо штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии:

Члены Комиссии: