

08 февраля 2010 года
г. Ростов-на-Дону

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Ростовской области (далее Ростовское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: Коренченко К.А. – заместитель руководителя управления –
начальник отдела контроля органов власти;

члены Комиссии: Гаврилов В.Д. – главный специалист-эксперт отдела контроля органов власти;
Захаров Н.Г. – специалист 1 разряда отдела контроля органов власти,

рассмотрев дело № 1148 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы алкогольной продукции, путем ее размещения на фасадной части одного из зданий Ростовского вино-виноводочного завода (г. Ростов-на-Дону, пр-т Буденновский, 70/234), что указывает на признаки нарушения п.5 ч.2 ст. 21 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ (далее – ФЗ «О рекламе»),

в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ОАО «Цимлянские вина», по доверенности Каракина Н.А. (№ 56 от 19.08.2009г.),

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, при проверке 10.12.2009г. наружной рекламы, в г. Ростове-на-Дону, выявлено рекламное панно, присоединенное к фасадной части одного из зданий заводского комплекса ОАО «Ростовский вино-водочный завод» (угол пр-т. Буденновский, 70 - ул. Варфоломеева, 234), с размещенной на нем информацией: *«Акция! * Бутылка в подарок! *При покупке ящика шампанского. Фирменный магазин «Цимлянские вина». Открытие в декабре. Т. 232 22 15. Существует с 1786г.»*. В рекламе также присутствует оригинальное обозначение, включающее букву «Ц» и словосочетание «Цимлянские вина», изображение бутылки шампанского «Донское» и бокала с тем же оригинальным обозначением. Составлен акт проверки рекламы.

В соответствии с п.5 ч.2 ст.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.

Согласно ч. 4 ст.2 ФЗ «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.

Кроме того, присутствующая в рекламе информация: *«Акция! * Бутылка в подарок! *При покупке ящика шампанского»* является рекламой о проведении стимулирующего мероприятия.

В соответствии со ст.9 ФЗ «О рекламе» в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должны быть указаны:

1) сроки проведения такого мероприятия;

2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Как видно из содержания рекламы, информация о сроках проведения акции в ней отсутствует.

На определение о возбуждении дела № 1148 от 14.12.2009г. ОАО «Ростовский вино-водочный завод» представило объяснения и документы (вх. № 1433 от 24.12.2009г.), в том числе договор аренды нежилых помещений от 01.03.2009г., заключенный между ООО «РИКОМ» (Арендодатель) и ОАО «Ростовский вино-водочный завод» (Арендатор), а также договор аренды нежилого помещения от 15.10.2009г., заключенный между ООО «РИКОМ» (Арендодатель) и ОАО «Цимлянские вина» (Арендатор).

Из указанных выше договоров следует, что вышеназванная реклама была размещена путем присоединения к части помещения, находящемуся во временном возмездном владении и пользовании ОАО «Цимлянские вина», которое также осуществляет деятельность по продаже в

данном помещении рекламируемой алкогольной продукции.

Таким образом, в силу п.7 ст.3 ФЗ «О рекламе» рекламодателем вышеназванной рекламы является ОАО «Цимлянские вина», а не ОАО «Ростовский вино-водочный завод», в отношении которого было возбуждено настоящее дело. Тем самым, ОАО «Ростовский вино-водочный завод» является ненадлежащим лицом по настоящему делу, что влечет необходимость замены ненадлежащего лица - ОАО «Ростовский вино-водочный завод» на надлежащее лицо – ОАО «Цимлянские вина».

Поскольку срок рассмотрения дела № 1148 истек 14.01.2010г., что повлекло необходимость в продлении срока рассмотрения настоящего дела.

С учетом изложенных обстоятельств Комиссия определением 13.01.2010г., продлила срок рассмотрения дела № 1148 до 14.02.2010г. назначив рассмотрение дела № 1148 на 08.02.2010г.

В представленном письменном объяснении (вх. № 849 от 28.01.2010г) ОАО «Цимлянские вина» не согласилось с тем, что вышеназванная реклама может рассматриваться как реклама производимой им алкогольной продукции, а является рекламой события, связанного с открытием фирменного магазина «Цимлянские вина». Сообщается также, что рекламное панно было демонтировано после открытия магазина

На заседании Комиссии 08.02.2010г. представитель ОАО «Цимлянские вина» поддержал доводы, приводимые в указанном выше письменном объяснении.

Комиссия, рассмотрев материалы дела, выслушав представителя ОАО «Цимлянские вина» по доверенности Каракшина Д.А. пришла к следующим выводам.

Приводимые в письме ОАО «Цимлянские вина» доводы несостоятельны по следующим обстоятельствам.

Присутствующая в рекламе информация: *«Бутылка в подарок! При покупке ящика шампанского»*, сопровождаемая изображением бутылки с этикеткой «Донское игристое розовое» и наполненного бокала с размещенным на нем оригинальным обозначением, включающим слова «Цимлянские вина» (являющимся товарным знаком), направлены на привлечение внимания потребителя именно к изображенному в рекламе алкогольному напитку и в целом к алкогольной продукции – «Цимлянские вина», на формирование и поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

Таким образом, в силу ч.4 ст.2, п.п.1,2 ст.3 ФЗ «О рекламе» данная реклама является рекламой алкогольной продукции.

Обстоятельства дела свидетельствуют о том, что указанная выше реклама алкогольной продукции распространена в нарушение требований, предусмотренных п.5 ч.2 ст.21 ФЗ «О рекламе». Кроме того, в ней нарушены требования, предусмотренные ст.9 ФЗ «О рекламе».

Согласно ст.3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, является ненадлежащей.

В соответствии с ч.7 ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных ст.9, ч. 2 ст. 21 ФЗ «О рекламе», несет рекламодатель.

В силу п.7 ст.3 ФЗ «О рекламе» рекламодателем рассматриваемой рекламы является ОАО «Цимлянские вина», как лицо, распространившее данную рекламу в декабре 2009г. путем ее размещения на панно, установленном у фасадной части магазина по адресу пр-т. Буденновский, 70/234).

Поскольку ОАО «Цимлянские вина» прекратило распространение вышеназванной рекламы, основания для выдачи ОАО «Цимлянские вина» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе отсутствуют.

В соответствии с ч.4 ст.38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь п.2 ч.1 ст.33, ч.1 ст.36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу алкогольной продукции, распространенную в декабре 2009г. путем ее размещения на панно, установленном у фасадной части магазина по адресу пр-т. Буденновский, 70/234, поскольку в ней нарушены требования ст.9, п.5 ч. 2 ст. 21 ФЗ «О рекламе».

2. Не выдавать ОАО «Цимлянские вина» предписание о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе в связи с прекращением распространения ненадлежащей рекламы.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Ростовского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 9 февраля 2010г.

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

Председатель Комиссии: К.А. Коренченко

Члены Комиссии: В.Д. Гаврилов, Н.Г. Захаров.