РЕШЕНИЕ

11 июля 2008г. г.Томск

Комиссия Томского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:
председатель Комиссии: В.И. Шевченко руководитель Томского УФАС России,
члены Комиссии:
Н.В. Базарова, специалист - эксперт отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатирования;
А.М. Павлюк, ведущий специалист - эксперт отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатирования;

Е.П. Фоминых, начальник отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатирования,

рассмотрев дело № 02-11/21-08 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе Некоммерческим партнерством «Футбольный клуб «Томь» (НП ФК «Томь») п.7 ч.2 ст.21 и п.7 ч.2 ст.22 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006г. №38-ФЗ,

в присутствии представителей:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:
-НП ФК «Томь» (адрес: ул.Белинского, 11/1, г.Томск, 634029, ОГРН 1037000094570, ИНН 7017004863) - М

заинтересованные лица:

-ОАО «Томское пиво» (адрес: Московский тракт, 46, г.Томск, 634028) – представитель по доверенности С

-ООО «Традиции Империи» (адрес: ул.Центральная, 12, д.Карбышево, Томский район, Томская область) без участия представителя,

УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Томской области, в целях осуществления государственного контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, была проведения проверка рекламы в г.Томске на территории стадиона «Труд» (ул.Белинского, 11/1, г.Томск) в результате которой были выявлены признаки нарушения Федерального закона «О рекламе».

В период с 1 по 30 апреля 2008г. на территории указанного спортивного сооружения размещалась информация с использованием обозначения «Томское пиво», которое индивидуализирует ОАО «Томское пиво» производящее, в том числе, пиво, а также, размещалась информация с использованием обозначения «Традиции Империи», которое индивидуализирует ООО «Традиции Империи», реализующее алкогольную продукцию, а также данное обозначение индивидуализирует одноименную ассортиментную группу водок.

Согласно ст.3 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «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; 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; товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот; ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Размещенная на стадионе информация содержит все необходимые признаки рекламы.

В соответствии с п.7 ч.2 ст.22 Федерального закона «О рекламе», реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, не должна размещаться в физкультурно-оздоровительных, спортивных сооружениях и на расстоянии ближе чем сто метров от таких сооружений.

В соответствии с п.7 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе», реклама алкогольной продукции не должна размещаться в физкультурно-оздоровительных, спортивных сооружениях и на расстоянии ближе чем сто метров от таких сооружений.

Согласно ч.4 ст.2 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006г. №38-ФЗ специальные требования и ограничения, установленные Федеральным законом «О рекламе» 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 таких товаров, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого установлены специальные требования.

Таким образом, на размещенную на стадионе «Труд» рекламу, «Томское пиво», формирующую интерес к производителю пива, ОАО «Томское пиво», распространяются требования п.7 ч.2 ст.22 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006г.

В свою очередь, обозначение «Традиции Империи» формирует интерес к продавцу алкогольных напитков ООО «Традиции Империи» (согласно Уставу ООО «Традиции Империи» основным видом деятельности общества является оптовая и розничная торговля алкогольными и другими напитками), а также формирует интерес и к ассортиментной группе водок «Традиции Империи», широко представленной в продаже и известной потребителю.

11 июля 2008г. на рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства о рекламе, представитель НП «ФК «Томь» признал допущенные нарушения закона о рекламе, а также сообщил, что в настоящее время все нарушения устранены.

По мнению представителя ОАО «Томское пиво», в распространенной обществом рекламе, объектом рекламирования является открытое акционерное общество «Томское пиво», а не изготавливаемый продукт (пиво). А также отметил, что отсутствие в рекламе конкретных знаков индивидуализации пива (наименования, марки) свидетельствует об отсутствии рекламы пива, как объекта рекламирования.

Объектом рекламирования в силу ст.22 Федерального закона №38-ФЗ является товар (продукт деятельности, в данном случае пиво). Для признания наличия в рекламе объекта рекламирования товара достаточно, чтобы внимание привлекалось в целом к товару (пиву), а не только к отдельному его виду, сорту, наименованию.

В ходе проверки установлено, что Некоммерческое партнерство «Футбольный клуб «Томь» заключило договор на оказание рекламных услуг от 27.03.2008г. №13/08-34 с ОАО «Томское пиво» и договор от 17.03.2008г. с ООО «Традиции Империи». Из содержания договоров следует, что НП «ФК «Томь» предоставляет ОАО «Томское пиво» и ООО «Традиции Империи» услуги рекламного характера путем размещения рекламных модулей на стадионе «Труд» во время проведения

соревнований по футболу команд клубов Премьер-Лиги в сезоне 2008г.

Таким образом, рекламораспространителем рассматриваемой рекламы, т.е. лицом, осуществляющим распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (п.7 ст.3 ФЗ «О рекламе») является НП «ФК «Томь».

С учетом изложенного, представленные материалы свидетельствуют о факте распространения для неопределенного круга лиц информации об изготовителе пива, продавце алкогольных напитков, призванной поддерживать интерес к этим товарам и способствовать их реализации. Данная реклама нарушает п.7 ч.2 ст.21 и п.7 ч.2 ст.22 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006г. №38-ФЗ и согласно п.4 ст.3, указанного закона, является ненадлежащей, как не соответствующая требованиям законодательства РФ.

В соответствии с ч.7 ст.38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение вышеуказанных требований несет рекламораспространитель.

Руководствуясь ст.33 Федерального закона «О рекламе», п.37- п.44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу ОАО «Томское пиво» и ООО «Традиции Империи», размещенную Некоммерческим партнерством «Футбольный клуб «Томь» на стадионе «Труд» в апреле 2008г., поскольку в ней нарушены требования п.7 ч.2 ст.21 и п.7 ч.2 ст.22 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006г. №38-ФЗ.

2.Не выдавать НП «Футбольный клуб «Томь» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в связи с добровольным устранением нарушения.

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

Решение изготовлено в полном объеме 11 июля 2008г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

В.И. Шевченко

Члены Комиссии

Н.В. Базарова

А.М. Павлюк

Е.П. Фоминых