

Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми

РЕШЕНИЕ

11 апреля 2012 года (изготовление решения в полном объеме)

30 марта 2012 года (оглашение резолютивной части)

№ 03-01/2710

г. Сыктывкар

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия), в составе: <...>, рассмотрев материалы дела № Р 04-02/12, возбужденного в отношении индивидуального предпринимателя <...> (далее – ИП <...>) по факту распространения реклам следующего содержания:

- «море живого пива 9000 литров» с изображением кружки, наполненной пивом с пеной, и рака, размещенной на рекламной конструкции, установленной на фасаде здания, расположенного по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Мира, д. 68;

- «море живого пива 9000 литров ЖИВОЕ ПИВО» с изображением стрелки и двух кружек, наполненных пивом с пеной, размещенной на рекламной конструкции, установленной на подпорной стенке около входа в пивной бар, расположенный по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Мира, д. 68;

с признаками нарушения требований п. 6 ч. 2 ст. 22 и ч. 3 ст. 22 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

в присутствии ИП <...>,

УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми в ходе осуществления государственного надзора выявлено распространение наружных реклам следующего содержания:

- «море живого пива 9000 литров» с изображением кружки, наполненной пивом с пеной, и рака, размещенной на рекламной конструкции, установленной на фасаде здания, расположенного по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Мира, д. 68 (далее – реклама-1);

- «море живого пива 9000 литров ЖИВОЕ ПИВО» с изображением стрелки и двух кружек, наполненных пивом с пеной, размещенной на рекламной конструкции, установленной на подпорной стенке около входа в пивной бар, расположенный по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Мира, д. 68 (далее – реклама-2).

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона 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 или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Вышеуказанная информация содержит все правовые признаки рекламы:

- распространена с использованием рекламных конструкций;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – живому пиву, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно ч. 4 ст. 2 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.

Из содержания рассматриваемых реклам усматривается, что они не являются явно не относящимися к рекламе пива.

Как разъяснил пленум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации в пункте 16 информационного письма от 25.12.1998 № 37, информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Согласно п. 6 ч. 2 ст. 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.

В результате осмотра 13.05.2011 сотрудниками Коми УФАС России территории в районе дома № 68 по ул. Мира и дома № 4/1 по ул. Славы г. Сыктывкара и замеров, произведенных с использованием специальных технических средств: цифрового лазерного дальномера модели BOSCH GLM 250 VF Professional (свидетельства о поверке № 066342 от 07.07.2010, № 097743 от 19.10.2011, выданы ФГУ «Коми центр стандартизации, метрологии и сертификации») и рулетки длиной 5 метров, установлено следующее:

1) расстояние от бетонного ограждения МАДОУ «Центр развития ребенка – детский сад № 103» г. Сыктывкара, находящегося по адресу: г. Сыктывкар, ул. Славы, д. 4/1, до рекламы-1 составляет 36,8 метра;

2) расстояние от бетонного ограждения МАДОУ «Центр развития ребенка – детский сад № 103» г. Сыктывкара, находящегося по адресу: г. Сыктывкар, ул. Славы, д. 4/1, до рекламы-2 составляет 31,3 метра;

3) расстояние от бетонного ограждения МАДОУ «Центр развития ребенка – детский сад № 103» г. Сыктывкара до ближайшей стены здания МАДОУ «Центр развития ребенка – детский сад № 103» г. Сыктывкара составляет 28,4 метра.

Согласно информации, представленной в материалы рекламного дела администрацией Эжвинского района муниципального образования городского округа «Сыктывкар» письмом № 15-824 от 02.06.2011 (вх. № 2763 от 06.06.2011), расстояние от места расположения рассматриваемых реклам до здания МАДОУ «Центр развития ребенка – детский сад № 103» г. Сыктывкара составляет 73 метра, до бетонного забора, ограждающего учреждение – 52 метра.

Согласно информации, представленной в материалы рекламного дела МАДОУ «Центр развития ребенка – детский сад № 103» г. Сыктывкара письмом № 91 от 06.06.2011 (вх. № 2771 от 06.06.2011), здание МАДОУ «Центр развития ребенка – детский сад № 103» г. Сыктывкара используется непосредственно для осуществления образовательного процесса; территория, огражденная бетонным забором, и бетонный забор находятся в собственности МАДОУ «Центр развития ребенка – детский сад № 103» г. Сыктывкара.

В силу положений, установленных ст. 12 Закона Российской Федерации от 10.07.1992 № 3266-1 «Об образовании», образовательным является учреждение, осуществляющее образовательный процесс, то есть реализующее одну или несколько образовательных программ и (или) обеспечивающее содержание и воспитание обучающихся, воспитанников. Образовательное учреждение является юридическим лицом. Образовательные учреждения могут быть государственными (федеральными или находящимися в ведении субъекта Российской Федерации), муниципальными, негосударственными (частными, учреждениями общественных и религиозных организаций (объединений)).

В соответствии с пунктами 2.1, 2.2, 7.1.6 Устава МАДОУ «Центр развития ребенка – детский сад № 103» г. Сыктывкара основной целью деятельности МАДОУ является предоставление гражданам Российской Федерации гарантированного права на получение общедоступного и бесплатного дошкольного образования; предметом деятельности МАДОУ являются услуги в области дошкольного образования (воспитание, обучение, развитие детей), присмотр, уход и оздоровление детей дошкольного возраста в дневное время; МАДОУ использует закрепленное за ним имущество и имущество, приобретенное на средства, выделенные ему учредителем, исключительно для целей и видов деятельности, закрепленных в настоящем Уставе.

Согласно лицензии серия А № 285481 регистрационный № 334-МДОУ от 09.12.2009, копия которой имеется в материалах рекламного дела, МДОУ «Центр развития ребенка – детский сад № 103» г. Сыктывкара имеет право осуществления образовательной деятельности по образовательным программам, указанным в приложениях к настоящей лицензии.

Согласно свидетельству о государственной регистрации права 11 А А № 784070 от 09.03.2011, копия которого имеется в материалах рекламного дела, земельный участок по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Славы, 4/1 принадлежит на праве постоянного (бессрочного) пользования МАДОУ «Центр развития ребенка – детский сад № 103» г. Сыктывкара.

Ограждение по периметру МАДОУ «Центр развития ребенка – детский сад № 103» г. Сыктывкара внесено в инвентарную карточку учета основных средств № 4030 от 30.12.2010 г.

Таким образом, рассматриваемые реклама-1 и реклама-2 размещены на расстоянии ближе чем сто метров от здания, занимаемого образовательным учреждением - МАДОУ «Центр развития ребенка – детский сад № 103» г. Сыктывкара.

Согласно ч. 3 ст. 22 Закона о рекламе, реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде чрезмерного потребления пива и напитков, изготавливаемых на его основе. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и такому предупреждению должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Рассматриваемые реклама-1 и реклама-2 не содержат необходимого предупреждения о вреде чрезмерного потребления пива.

Таким образом, реклама-1 и реклама-2 размещены в нарушение требований, установленных п. 6 ч. 2 ст. 22 и ч. 3 ст. 22 Закона о рекламе.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Ответственность за нарушение требований, установленных п. 6 ч. 2 ст. 22 Закона о рекламе, согласно ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Ответственность за нарушение требований, установленных ч. 3 ст. 22 Закона о рекламе, согласно частям 6 и 7 ст. 38 Закона о рекламе несет и рекламодатель, и рекламодатель.

В соответствии с ч. 8 ст. 38 Закона о рекламе рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6 и 7 ст. 38 Закона о рекламе, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодаделец - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Из информации, представленной в материалы рекламного дела ТСЖ «Вычегда» письмом № 144 от 01.06.2011 (вх. № 2733 от 03.06.2011), следует, что помещение,

занимаемое пивным баром, расположенное по адресу: г. Сыктывкар, ул. Мира, д. 68, принадлежит ИП <...>.

В материалах рекламного дела имеется копия договора аренды имущества от 01.03.2011, заключенного между ООО «Антикор-Эжва» и ИП <...>, согласно которому ИП <...> является арендатором нежилого помещения, находящегося по адресу: г. Сыктывкар, ул. Мира, д. 68. Срок действия указанного договора установлен по 31.12.2011.

Согласно выпискам из Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей № 197 от 25.03.2010, № 228 от 30.03.2012, копии которых имеются в материалах рекламного дела, основным видом деятельности ИП <...> является розничная торговля в неспециализированных магазинах, дополнительным видом деятельности является, в том числе розничная торговля пивом.

В ходе рассмотрения рекламного дела ИП <...> пояснил, что является рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемых реклам.

Таким образом, усматривается, что рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемых реклам является ИП <...>.

В письменных пояснениях, представленных в материалы рекламного дела, ИП <...> пояснил, что для открытия бара он арендовал помещение по адресу: г. Сыктывкар, ул. Мира, д. 68; в связи с необходимостью повесить около данного помещения указатель, который свидетельствовал бы о том, что в нем расположен бар, он, находясь в апреле 2011 года в г. Москве, заказал рассматриваемую информацию; фирму, ее изготовившую, он не запомнил, договоров с ней не заключал; по приезду в г. Сыктывкар ИП <...> сам установил информацию около бара, разрешение при этом у арендодателя не запрашивал, поскольку считал рассматриваемую информацию указателем, а не рекламой; об ограничениях в отношении распространения рекламы пива около детских учреждений он знал и высчитал, что если идти по пешеходному переходу, то расстояние до здания детского учреждения будет более ста метров; о том, что указанные сто метров необходимо высчитывать напрямую до границ объекта детского учреждения, он не знал; рассматриваемые рекламы демонтированы 28.03.2012.

В ходе рассмотрения рекламного дела ИП <...> пояснил, что рассматриваемые рекламы были установлены им в мае 2011 года; с 01.01.2012 ИП <...> не является владельцем бара и арендатором помещений, занимаемых баром, срок действия договора аренды после 31.12.2011 ИП <...> не продлевался, однако владельцем реклам является он; рекламы были демонтированы 28.03.2012 по его распоряжению. С вменяемыми нарушениями рекламного законодательства ИП <...> согласился, указав, что произошли они в связи с незнанием требований рекламного законодательства.

Комиссия в ходе рассмотрения рекламного дела № Р 04-02/12 установила, что нарушение требований п. 6 ч. 2 ст. 22 и ч. 3 ст. 22 Закона о рекламе произошло по вине рекламодателя и рекламораспространителя рассматриваемых реклам - ИП <...>.

Из материалов рекламного дела усматривается, что со стороны ИП <...> должных мер по контролю соответствия рассматриваемых реклам требованиям Закона о

рекламе не принято, что и привело к рассматриваемому нарушению.

Таким образом, ИП <...> нарушены требования п. 6 ч. 2 ст. 22 и ч. 3 ст. 22 Закона о рекламе.

В ходе рассмотрения рекламного дела ИП <...> пояснил, что предупреждения о вреде чрезмерного потребления пива были внесены в содержание рассматриваемых реклам в мае 2011 года.

Согласно акту осмотра рассматриваемых наружных реклам, составленному сотрудниками Коми УФАС России 13.02.2012, по состоянию на дату осмотра рассматриваемые рекламы содержат фразу «чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью».

Из материалов рекламного дела следует, что период распространения рассматриваемых реклам в нарушение п. 6 ч. 2 ст. 22 Закона о рекламе, то есть на расстоянии ближе чем сто метров от здания, занимаемого образовательным учреждением, – с мая 2011 года по 28 марта 2012 года, территория распространения – Эжвинский район г. Сыктывкара.

Из письменной информации, представленной ИП <...> в материалы рекламного дела, а также пояснений, данных им в ходе рассмотрения рекламного дела, следует, что рассматриваемые рекламы демонтированы. Доказательства прекращения распространения рассматриваемых реклам ИП <...> не представил.

Следовательно, на дату принятия Комиссией решения в материалах рекламного дела отсутствуют доказательства прекращения распространения рассматриваемых реклам.

В связи с изложенным, Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи ИП <...> предписаний о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащих реклам.

На основании изложенного, руководствуясь п. 4 ст. 3, п. 2 ч. 1 ст. 33, п. 7 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 - 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, п. 3.55 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС России от 28.12.2007 № 453,

РЕШИЛА:

1. Признать рекламы следующего содержания:

- «море живого пива 9000 литров» с изображением кружки, наполненной пивом с пеной, и рака, размещенную на рекламной конструкции, установленной на фасаде здания, расположенного по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Мира, д. 68;

- «море живого пива 9000 литров ЖИВОЕ ПИВО» с изображением стрелки и двух кружек, наполненных пивом с пеной, размещенную на рекламной конструкции,

установленной на подпорной стенке около входа в пивной бар, расположенный по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Мира, д. 68;

ненадлежащими, поскольку в них нарушены требования п. 6 ч. 2 ст. 22 и ч. 3 ст. 22 Закона о рекламе.

2. Выдать ИП <...> предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения указанных в пункте 1 Решения ненадлежащих реклам.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ИП <...> дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 11 апреля 2012 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

Члены Комиссии