

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 058/05/21-249/2021

юня 2021 года

г. Пенза, ул. Урицкого, 127

публичная часть решения объявлена 10 июня 2021 года.

делами Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии:

рассмотрев дело № 058/05/21-249/2021 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбужденное в отношении общества с ограниченной ответственностью «Мегастрой» (ИНН 5837053085, ОГРН 5837000430, далее – ООО «Мегастрой») по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

в Пензенское УФАС России поступило заявление Союза производителей и поставщиков по поводу распространения на рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Пенза, ул. Ладожская, 157 (напротив магазина пивоварня «Варница»), рекламы алкогольной продукции (пива) с нарушением законодательства о рекламе.

Пензенским УФАС России определением от 29.03.2021 по факту распространения рекламы алкогольной продукции (пива), размещенной на рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Пенза, ул. Ладожская, 157 (напротив магазина пивоварня «Варница»), возбуждено дело № 058/05/21-249/2021 по признакам нарушения пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе». К участию в деле привлечено в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечено ООО «Мегастрой». В ходе рассмотрения дела Комиссией дело было отложено до 06.06.2021.

При рассмотрении дела 10.06.2021 представитель ООО «Мегастрой» не явился. ООО «Мегастрой» в установленном порядке уведомлено о дате, месте и времени рассмотрения дела № 058/05/21-249/2021 (отчет об отслеживании отправления с штриховым идентификатором №80096159269579).

В учетом вышеизложенного, Комиссия Пензенского УФАС России сочла необходимым рассмотреть дело в отсутствие представителя ООО «Мегастрой».

ив представленные документы, Комиссия пришла к следующему выводу.

де рассмотрения заявления установлено, что в марте 2021 года на рекламной структуре, установленной по адресу: г. Пенза, ул. Ладожская, 157 (напротив здания «Частная пивоварня «Варница»), размещена информация следующего содержания: «Варница. Частная пивоварня. Всегда свежее, живое, разливное. =3 Халява бесплатно 0 рублей *при покупке 2-х бутылок разливного пива получи гью БЕСПЛАТНО!» (с изображением бутылок и указателя 50м).

ответствии со статьёй 3 ФЗ «О рекламе» рекламой является информация, пространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

соответствии с письмом ФАС России от 05.04.2007 № АЦ/4624, под определенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны отношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Этот признак рекламной информации, как предназначенность ее для определенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указанного о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

рассматриваемая информация по своему содержанию и целевой направленности является рекламой, поскольку адресована неопределённому кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования, формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

согласно пункту 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе», объект рекламирования – товар, услуги индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие из числа спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на азартные игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

объектом рекламирования в рассматриваемом случае является производитель и продавец алкогольной продукции (пива), а также средства индивидуализации юридического лица.

направленность по адресу: г. Пенза, ул. Ладожская, 157 (магазин «Частная пивоварня «Варница») осуществляет индивидуальный предприниматель, дополнительный вид деятельности по ОКВЭД – 47.25.12 «Торговля розничная пивом в специализированных магазинах».

значение «Варница Частная пивоварня» является коммерческим обозначением которое он использует для индивидуализации торгового объекта по адресу: г. Пенза, ул. Ладожская, 157.

на практике, в частности по делу №А76-13922/2016, подтверждено, что коммерческое обозначение является средством индивидуализации

идического лица, а значит, может быть объектом рекламирования.

рекламной конструкции, установленной по адресу: г. Пенза, ул. Ладожская, 157 (против магазина «Частная пивоварня «Варница»), размещена информация «Пивоварня Частная пивоварня» и сведения «всегда свежее, живое, разливное. =3 Халява бесплатно 0 рублей *при покупке 2-х бутылок разливного пива получи гью БЕСПЛАТНО!» (с изображением бутылок и указателя 50м).

Согласно пункту 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 №171 «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (пития) алкогольной продукции» под алкогольной продукцией понимается любая продукция, которая произведена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) этанолсодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 0,5 процентов 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 процентов объема готовой продукции.

Судом ВАС РФ в пункте 2 Постановления от 08.10.2012 г. № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указал, что размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

Согласно пункту 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), тиреваемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

Согласно части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в стационарных залах таких торговых объектов.

Согласно пункту 4 статьи 2 ФЗ «О рекламе» закрепляет, что 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

лючением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного
пра, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении
ламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные
бования и ограничения.

1 распространяемая реклама продавца (производителя) алкогольной
дукции, в которой отсутствует указание на средства индивидуализации
дукции (товарные знаки), используемые для обозначения алкогольной
дукции, однако указывается на сведения, формирующие интерес к
гольной продукции, как напитку, такая реклама должна соответствовать
бованиям статьи 21 ФЗ «О рекламе» (письмо ФАС России от 24.09.2018 №
76734/18 «О применении статьи 21 Закона «О рекламе»).

писи: «Варница. Частная пивоварня. Всегда свежее, живое, разливное. 1+1=3
ява бесплатно 0 рублей *при покупке 2-х бутылок разливного пива получи
тью БЕСПЛАТНО!» (с изображением бутылок и указателя 50м), ассоциируется с
гольной продукцией (пивом) и формирует у потребителей рекламы именно
зрес к пиву, алкогольной продукции.

ме того, воспроизведенная в рассматриваемой рекламе информация,
мещенная на рекламной конструкции, т.е. представленная значительной части
еления г. Пензы, очевидно ассоциируется у потребителя, в силу закона,
сящегося к взрослой возрастной категории, с алкогольной продукцией, по
эму содержанию привлекает интерес к частной пивоварне «Варница» и пиву
1 покупке 2-х бутылок разливного пива получи третью БЕСПЛАТНО!». Данная
ормация направлена на привлечение внимания и поддержание интереса к
гольной продукции. Следовательно, такая информация является рекламой
гольной продукции, а поэтому должна соответствовать специальным
бованиям и ограничениям, установленным статьей 21 ФЗ «О рекламе».

им образом, учитывая вышеизложенные обстоятельства, реклама алкогольной
дукции, распространяемая на рекламной конструкции, установленной по
есу: г. Пенза, ул. Ладожская, 157 (напротив магазина «Частная пивоварня
ница»), нарушает требования пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

асно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая
бованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

оответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за
ушение требований, установленных частями 2 - 5 статьи 21 настоящего закона
эт рекламодатель.

ламораспространителем является Общество с ограниченной
етственностью «Мегастрой» (ИНН 5837053085, ОГРН 1135837000430), что
тверждается документами (разрешение Администрации города Пензы на
ановку и эксплуатацию рекламной конструкции № 98-18/98-18/98-18 от
05.2018), представленными Муниципальным казенным учреждением
«Рекламная служба города Пензы».

ывая вышеизложенное и основываясь на фактических обстоятельствах дела,

иссия пришла к выводу, что ООО «Мегастрой» нарушило требования пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Согласно статье 1 Закона о рекламе, целями данного закона являются развитие конкуренции товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

В соответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения принимает решение (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное нарушение предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Статьей 33 Закона о рекламе предусмотрены полномочия антимонопольного органа на осуществление государственного надзора в сфере рекламы, в частности, выдавать рекламодателям, рекламораспространителям, изготовителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На момент рассмотрения дела Комиссии Пензенского УФАС России предписаний устранения нарушения требований пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» ООО «Мегастрой» представлено не было.

В связи с чем, Комиссия Пензенского УФАС России считает целесообразным выдать предписание о прекращении нарушения требований рекламного законодательства.

Согласно части 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламодателями, изготовителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Водствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с пунктами 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 24.11.2020 № 1922, иссия

РЕШИЛА:

Признать ненадлежащей рекламу: «Варница. Частная пивоварня. Всегда свежее, живое, разливное. 1+1=3 Халява бесплатно 0 рублей *при покупке 2-х литров разливного пива получи третью БЕСПЛАТНО!» (с изображением бутылок и этикетки 50мл), распространяемую в марте 2021 года на рекламной конструкции, установленной по адресу: г. Пенза, ул. Ладожская, 157 (напротив магазина частная пивоварня «Варница»), поскольку в ней нарушены требования пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Направить рекламодателю – ООО «Мегастрой» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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