

РЕШЕНИЕ

24 апреля 2013 г.

г. Улан-Удэ

Дело № 03-03/2-2013

Резолютивная часть решения объявлена 12 апреля 2013 года.

Полный текст решения изготовлен 24 апреля 2013 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Бурятия (далее-Комиссия, Бурятское УФАС России) по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

< ...>,

рассмотрев 12.04.2013 в Бурятском УФАС России дело № 03-03/2-2013, возбужденное в отношении ООО «Пивоваренная компания «Сибирь» (юридический адрес: 670002, Республика Бурятия, г. Улан-Удэ, ул. Лимонова, 16) по признакам нарушения пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее-Закон «О рекламе»),

в присутствии представителя ООО «Пивоваренная компания «Сибирь»

< ...> (доверенность № 6 от 28.03.2013);

в присутствии представителя ОАО «Аквабур» < ...> (доверенность № 15 от 04.04.2013); < ...> (доверенность от 12.12.2012);

УСТАНОВИЛА:

21.03.2013 года Бурятским УФАС России на основании статьи 33 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее-Закон «О рекламе») выявлено распространение в г. Улан-Удэ рекламы следующего содержания: *«Шаман темный. Чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью»* с графическим изображением кружки, наполненной пивом и рекламы следующего содержания: *«Пивоваренная компания СИБИРЬ. Продукция Пивоваренной компании «Сибирь» (г. Улан-Удэ). Сибиряк. Живое, разливное, настоящее. Чрезмерное употребление пива»* с графическим изображением кружки, наполненной пивом. Обе рекламы распространялись на улице Ленина (по обеим сторонам крыльца у входа в магазин «На Арбате», рядом с магазинами «Летуаль», «Мегафон»).

Сотрудниками Бурятского УФАС России выполнено 5 фотографий в привязке к местности, которые приобщены к материалам дела.

Из содержания рекламы пива «Сибиряк» установлено, что производителем продукции является «Пивоваренная Компания «Сибирь» (согласно выписке из единого государственного реестра юридических лиц по данным официального сайта Федеральной налоговой службы ООО «Пивоваренная Компания «Сибирь» зарегистрировано по адресу: 670002, Республика Бурятия, г. Улан-Удэ, ул. Лимонова, 16 за ОГРН 1040302959839; ИНН 0326019991).

26.03.2013 года Бурятским УФАС России в отношении ООО «Пивоваренная

компания «Сибирь» возбуждено дело по признакам нарушения пункта 5 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе».

В соответствии с пунктом 5 части 2 статьи 21 Закона «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.

Таким образом, пунктом 5 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе» установлен запрет на распространение наружной рекламы алкогольной продукции.

Заседание Комиссии по рассмотрению дела состоялось 29.03.2013, на котором представитель ООО «Пивоваренная компания «Сибирь» пояснила, что лицо, привлеченное к участию в рассмотрении дела в качестве ответчика, не являлся рекламодателем в обоснование чего, пояснила следующее.

ООО «Пивоваренная компания «Сибирь» является производителем пива «Шаман» и «Сибиряк», однако, не осуществляет реализацию готовой продукции на розничном рынке самостоятельно. Между ООО «Пивоваренная компания «Сибирь» и ОАО «Аквабур» 01.01.2012 заключен договор поставки, предметом которого является поставка пива в КЕГе для последующей реализации потребителям. Представителем ООО «Пивоваренная компания «Сибирь» представлены копии договора поставки, счет-фактуры № С0002023 от 14.03.2013, накладной № 921 от 15.03.2013, справки к товарно-транспортной накладной на этиловый спирт, алкогольную и спиртосодержащую продукцию № 958-1 от 14.03.2013. В свою очередь ОАО «Аквабур» в период распространения рекламы пива «Шаман» и «Сибиряк», осуществлял реализацию товара в помещении, арендуемом у ООО «Спектр» по договору субаренды от 23.01.2013.

ООО «Пивоваренная компания «Сибирь» представило на заседание Комиссии письменные пояснения ОАО «Аквабур» исх. № 17 от 29.03.2013, согласно которым рекламные щтендеры изготавливались ОАО «Аквабур», однако, подтверждающих документов Комиссии не представлено.

Согласно части 7 статьи 38 Закона «О рекламе» ответственность за нарушение пункта 5 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе» возложена на рекламодателя.

Согласно пункту 3.45.5 административного регламента Комиссия принимает решение об отложении рассмотрения дела в случае необходимости замены ненадлежащего лица надлежащим лицом в соответствии с [пунктом 32](#) Правил рассмотрения (постановление Правительства РФ от 17.08.2006 № 508

"Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе"). В соответствии с пунктом 32 Правил рассмотрения в случае если при подготовке дела к рассмотрению или во время рассмотрения дела антимонопольным органом будет установлено, что решение по делу может быть вынесено в отношении ненадлежащего лица, антимонопольный орган обязан по ходатайству лиц, участвующих в деле, либо по собственной инициативе принять решение о замене такого лица. В этом случае рассмотрение дела откладывается.

Из представленных ООО «Пивоваренная компания «Сибирь» документов и сведений установлено, что Общество не является рекламораспространителем и в его действиях отсутствуют признаки нарушения рекламного законодательства.

29.03.2013 Комиссия, руководствуясь пунктом 34 Правил отложила рассмотрение дела на 12.04.2013 в связи с необходимостью извещения ОАО «Аквабур» о времени и месте рассмотрения дела № 03-03/2-2013.

Рассмотрение дела состоялось 12.04.2013, на которое ОАО «Аквабур» представило копию договора № 0203/П от 02.03.2011, предметом которого являлось изготовление рекламных баннеров, при этом заказчиком по договору выступало ОАО «Аквабур»; также представлены копии счет-фактуры № 2140 от 26.04.2011, акт № 2154 от 26.04.2011.

В заседании Комиссии представители ОАО «Аквабур» с вменяемым правонарушением не согласились, поскольку рекламные штендеры, на которых осуществлялось распространение рекламы, не относятся к рекламным конструкциям.

Комиссия, рассмотрев обстоятельства и материалы дела, установила, следующее.

В соответствии со статьей 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе объектом рекламирования является товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

В силу указанных норм Закона «О рекламе» распространенная реклама пива «Шаман» и «Сибиряк» соответствует понятию рекламы, закрепленном в действующем законодательстве, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования-пиву «Шаман» и «Сибиряк».

Из представленных ООО «Пивоваренная компания «Сибирь» сведений установлено, что содержание алкоголя в готовой продукции пива «Сибиряк» составляет 4,7 %, в пиве «Шаман»-4,5 %.

Согласно пункту 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 N 171-ФЗ "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции" алкогольная продукция - пищевая продукция, которая произведена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 0,5 процента 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, сидр, пуаре, медовуха.

Согласно пункту 4 части 2 статьи 21 Закона «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 [части 1 статьи 19](#) Закона "О рекламе" наружной рекламой признается реклама, распространенная 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.

Таким образом, по смыслу [вышеуказанной нормы Закона «О рекламе»](#), к рекламным конструкциям, размещение которых регулируется данной [статьей 19](#) Закона «О рекламе», относятся технические средства стабильного территориального размещения, к которым выносные штендеры не относятся.

Соответственно, требования [статьи 19](#) Закона "О рекламе", в частности положения о получении разрешения органа местного самоуправления на его размещение, а также положения, касающиеся порядка заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции по результатам проведения торгов, не применяются к выносным штендерам.

Однако в случае, если штендер располагается стационарно, то есть прочно связан с землей, зданиями, объектами недвижимого имущества и не предназначен для перемещения, такой штендер может быть признан рекламной конструкцией и, соответственно, его размещение должно осуществляться с учетом требований [статьи 19](#) Закона «О рекламе».

Комиссией Бурятского УФАС России установлено, что рекламные баннеры (штендеры), на которых распространялась реклама пива «Сибиряк» и «Шаман» являются переносными и прочно не связаны с землей или расположенным зданием. Таким образом, признаки нарушения пункта 5 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе» в ходе рассмотрения дела не подтверждены.

Вместе с тем, реклама, размещенная на любых носителях, в том числе на штендерах, должна соответствовать общим требованиям, предъявляемым к рекламе.

В силу части 2.1. статьи 21 Закона «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 дегустационных залах таких торговых объектов. Установлено, что пиво «Шаман» и «Сибиряк» под требования данной статьи не подпадают, поскольку содержание этилового спирта в них составляет менее пяти процентов объема готовой

продукции.

Между тем, Комиссия, изучив содержание рекламы пива «Сибиряк» и «Шаман» обнаружила несоблюдение требований части 3 статьи 21 Закона «О рекламе» при распространении рекламы пива «Сибиряк».

Согласно части 3 статьи 21 Закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Реклама пива «Сибиряк» следующего содержания: **«Пивоваренная компания СИБИРЬ. Продукция Пивоваренной компании «Сибирь» (г. Улан-Удэ). Сибиряк. Живое, разливное, настоящее. Чрезмерное употребление пива»** фактически не содержит указания о вреде чрезмерного употребления объекта рекламирования-пива.

В соответствии со статьей 38 Закона «О рекламе» ответственность за нарушение части 3 статьи 21 Закона «О рекламе» возложена в равной мере на рекламодателя и рекламораспространителя.

Согласно пунктам 5 и 7 соответственно статьи 3 Закона «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Как установлено, материалами и обстоятельствами дела рекламодателем и рекламораспространителем является ОАО «Аквабур», осуществившее распространение рекламы вблизи места реализации пива и на рекламных носителях, изготовленных по заказу ОАО «Аквабур».

Комиссия, руководствуясь статьями 33 и 36 Закона «О рекламе», пунктами 37-45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, пунктами 3.55-3.55.6, 3.56, 3.56.1, 3.57, 3.58 административного регламента ФАС по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного приказом ФАС России № 453 от 28.12.2007,

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу пива «Сибиряк» следующего содержания: «Пивоваренная компания СИБИРЬ. Продукция Пивоваренной компании «Сибирь» (г. Улан-Удэ). Сибиряк. Живое, разливное, настоящее. Чрезмерное употребление пива» ненадлежащей, поскольку в ней нарушена часть 3 статьи 21 Закона «О рекламе».

2. Выдать ОАО «Аквабур» предписание о прекращении нарушения части 3 статьи 21 Закона «О рекламе».

3. Передать решение Комиссии и материалы дела № 03-03/2-2013 уполномоченному

должностному лицу Бурятского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в отношении по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в Арбитражный суд Республики Бурятия в течение трёх месяцев со дня принятия в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

Члены Комиссии

ПРЕДПИСАНИЕ

«24» апреля 2013 года г. Улан-Удэ Дело № 03-03/2-2013

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Бурятия (далее по тексту-Бурятское УФАС России) по рассмотрению дела о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе в составе: <...>,

руководствуясь статьями 33 и 36 Закона «О рекламе», пунктами 37-45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, 3.55-3.55.6, 3.56, 3.56.1, 3.57, 3.58 административного регламента ФАС по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного приказом ФАС России № 453 от 28.12.2007, на основании своего решения от 24 апреля 2013 года по делу № 03-03/2-2013 о нарушении ОАО «Аквабур» части 3 статьи 21 Федерального Закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее-Закона «О рекламе»),

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1.ОАО «Аквабур» **в срок до 06 мая 2013 года прекратить** нарушение части 3 статьи 21 Закона «О рекламе», а именно прекратить распространение рекламы, признанной ненадлежащей, в части отсутствия в рекламе пива «Сибиряк» информации о вреде чрезмерного употребления пива.

2. ОАО «Аквабур» о выполнении настоящего предписания сообщить в Бурятское УФАС России в письменном виде с приложением материалов, свидетельствующих об исполнении настоящего предписания) **в срок не позднее 3 рабочих дней со дня исполнения предписания.**

Председатель Комиссии

Члены Комиссии

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня его выдачи.

Примечание. За невыполнение в установленный срок законного предписания антимонопольного органа частью 2 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Привлечение к ответственности, предусмотренной законодательством Российской Федерации, не освобождает от обязанности исполнить предписание антимонопольного органа.