

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель:

С <...>,

члены Комиссии:

Ч <...>,

Б <...>,

рассмотрев дело № 17-ФАС22-Р/02-14 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту размещения ненадлежащей рекламы алкогольной продукции в точке продажи алкоголя, расположенной по адресу г. Бийск, ул. Трофимова, 115/2,

в отсутствии:

-лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – ИП Филипповой В. Д.,

- заявителя,

#### УСТАНОВИЛА:

ИП Филиппова В.Д. своевременно и надлежащим образом извещена о дате, времени и месте проведения дела (в материалах дела имеется уведомление о вручении почтового отправления).

В соответствии с п.30 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006г. № 508, не является препятствием для рассмотрения дела отсутствие сторон, если имеются данные о своевременном извещении о времени и месте рассмотрения дела и если от них не поступило мотивированное ходатайство об отложении рассмотрения дела или указанное ходатайство не удовлетворено антимонопольным органом.

ИП Филиппова В.Д. на заседание Комиссии не явилась, ходатайство об отложении рассмотрения дела не направляла, письменные пояснения на определение о возбуждении дела не предоставила.

На основании изложенного Комиссией принято решение о рассмотрении дела в отсутствие ИП Филипповой В.Д.

Комиссия Алтайского краевого УФАС России, исследовав материалы дела, пришла к следующим выводам.

В Алтайском краевом УФАС России находится письменное обращение жителя г. Бийск о размещении наружной рекламы пива в точке продажи алкоголя, расположенной по адресу г. Бийск, ул. Трофимова, 115/2, что указывает на

признаки нарушения п.5 ч.2.ст.21 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006г № 38-ФЗ «О рекламе» под рекламой понимается 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, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, 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.

В точке продажи алкоголя по адресу г. Бийск, ул. Трофимова, 115/2 расположена рекламная конструкция следующего содержания: «ОМУЛЬ... БОЧКОВОЕ ПИВО Барнаульское».

Рассматриваемая информация полностью соответствует легальному определению понятия «реклама», формирует интерес неопределенного круга лиц к пиву «Барнаульскому» и лицу, его реализующему, способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их на рынке.

На запрос антимонопольного органа Администрация г.Бийска сообщила, что торговый объект «Омуль» принадлежит ИП Филипповой В.Д.

Магазин, расположенный по адресу г. Бийск, ул. Трофимова, 115/2 площадью 50,6 кв.м. принадлежит Ф. <...> и Ф <...> на основании свидетельства о государственной регистрации права от 18.05.2012 г.

На вывеске закуской «Омуль» в качестве лица, осуществляющего предпринимательскую деятельность, указана ИП Филиппова В.Д.

Таким образом, рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ИП Филиппова В.Д. (ИНН 222600739525).

Согласно выписке из ЕГРИП основным видом деятельности ИП Филипповой В.Д. является розничная торговля в неспециализированных магазинах преимущественно пищевой продукцией, включая напитки и табачные изделия, дополнительным - розничная торговля пивом.

В соответствии с пунктом 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», наружная реклама алкогольной продукции 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 не допускается.

Название «Барнаульское» является торговой маркой пива производства ОАО «Барнаульский пивоваренный завод», следовательно, размещение информации «Пиво. «Барнаульское» светлое г.Барнаул...», очевидно ассоциирующейся с пивом известной марки «Барнаульское», имеет своей целью привлечение внимания к определенному товару, наружная реклама которого запрещена.

Рассматриваемая реклама размещена на внешней стене здания по адресу г. Бийск, ул. Трофимова, 115/2, доступна для всеобщего обозрения, обращена к неопределенному кругу лиц.

Данные обстоятельства указывают на ненадлежащую рекламу, поскольку при её распространении не соблюдены требования п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

Ответственность за нарушение требований, установленных п.5 ч.2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе», согласно ст. 38 Закона несет рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств - ИП Филиппова В.Д.

Администрация г.Бийска предоставила фотографию внешней стены закусочной «Омуль» от 09.01.2014, на которой размещалась рассматриваемая рекламная конструкция. На данной фотографии рассматриваемая рекламная конструкция отсутствует. Таким образом, к моменту рассмотрения дела нарушение устранено.

В соответствии с п.47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе при добровольном устранении лицом (лицами) совершенного нарушения антимонопольный орган вправе не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42,47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать рекламу алкогольной продукции, размещенную ИП Филипповой В.Д. в точке продажи алкоголя по адресу г. Бийск, ул. Трофимова, 115/2, ненадлежащей.
2. Признать рекламодателя и рекламораспространителя ИП Филиппову В.Д. нарушившей требования п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».
3. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать, в связи с нецелесообразностью.

Резолютивная часть решения объявлена 12 марта 2014 года.

Решение изготовлено в полном объеме 14 марта 2014 года.

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