

## РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №35-ФАС22-Р/05-17

Решение изготовлено в полном объеме 08 июня 2017 года.  
г.Барнаул

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

<...>

рассмотрев дело №35-ФАС22-Р/05-17 по факту размещения рекламы алкогольной продукции на окне здания, расположенного по адресу г.Барнаул, ул.Советская, 13 (кафе «Заправка»), в которой усматриваются признаки нарушения п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе»,

в присутствии:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – рекламораспространителя ИП Кузиков <...>,

### УСТАНОВИЛА:

15.05.2017г. управлением Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю установлен факт размещения на окне по адресу: г.Барнаул, ул.Советская, 13 (кафе «Заправка») рекламы с изображением логотипа производителя «Барнаульский пивоваренный завод» и названием алкогольной продукции – пиво марок: «Besser pils», «Барнальское», «Weis Tiger пиво светлое «Вайс Тигер», «Фирменное Заправское», «Altendorf «Альтендорф бир», «Чешское Белое светлое пиво», «Шотландский Эль», «Бочковое пиво Барнаульское живое». «Тархун на качественном сырье среднегазированный напиток Напитки столицы Алтая» Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью. Люби себя – пей натуральное».

В данной рекламе усматриваются признаки нарушения п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

В заседании комиссии ИП Кузиков пояснил, что реклама была размещена из-за незнания законодательства РФ «О рекламе».

Комиссия, рассмотрев материалы дела и заслушав пояснения ИП Кузикова, дав им надлежащую оценку, пришла к следующим выводам.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона «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. Рассматриваемая рекламная информация полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», закрепленному в статье 3 Федерального закона «О рекламе», направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к пиву марок «Besser pils», «Барнальское», «Weis Tiger пиво светлое «Вайс Тигер», «Фирменное Заправское», «Altendorf «Альтендорф бир», «Чешское Белое светлое пиво», «Шотландский Эль», «Бочковое пиво Барнаульское живое», к производителю и к лицу, его реализующему - кафе «Заправка», способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их на рынке.

Согласно подпункту 7 статьи 2 Федерального закона от 18.07.2011г. №218-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» под алкогольной продукцией понимается - 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, коньяк), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

Согласно ч.3 ст.21 Федерального 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). Рассматриваемая рекламная информация, содержит предупреждение, предусмотренное для рекламы алкогольной продукции в соответствии с ч.3 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

Также в рекламе размещенной на окне, являющейся конструктивным элементом здания, расположенного по адресу: г.Барнаул, ул.Советская, 13, размещены средства индивидуализации производителя пива и логотип «Барнаульский пивоваренный завод». Изображены логотипы «Besser pils», «Барнальское», «Weis Tiger пиво светлое «Вайс Тигер», «Фирменное Заправское», «Altendorf «Альтендорф бир», «Чешское Белое светлое пиво», «Шотландский Эль», «Бочковое пиво Барнаульское живое», принадлежащего ОАО «Барнаульский пивоваренный завод».

Таким образом, у потребителей информация с изображением торговых марок – «Besser pils», «Барнальское», «Weis Tiger пиво светлое «Вайс Тигер», «Фирменное Заправское», «Altendorf «Альтендорф бир», «Чешское Белое светлое пиво», «Шотландский Эль», «Бочковое пиво Барнаульское живое», логотипа «Барнаульский пивоваренный завод» ассоциируется с рекламой пива.

В соответствии с п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе», наружная реклама алкогольной продукции с использованием технических средств стабильного размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их не допускается.

В соответствии с ч.4 ст.2 Федерального закона «О рекламе», 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 отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

В соответствии с п.2 Постановления Пленума ВАС № 58 от 08.10.2012г. «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы судам необходимо учитывать, 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). Реклама пива кафе «Заправка» размещена на окне, являющейся конструктивным элементом здания, доступна для всеобщего обозрения, обращена к неопределенному кругу лиц.

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

Деятельность по адресу: г.Барнаул, ул.Советская, 13 (кафе «Заправка») осуществляет ИП Кузиков <...>.

Таким образом, рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ИП Кузиков.

Реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, признается, согласно п.4 ст.3 Федерального закона «О рекламе», ненадлежащей.

В соответствии со ст.38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требований, установленных п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе», несет рекламораспространитель – ИП Кузиков.

На основании изложенного, Комиссией установлен факт нарушения ИП Кузиковым п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе», выразившегося в размещении на окне здания, расположенного по адресу: г.Барнаул, ул.Советская, 13, наружной рекламы алкогольной продукции (пива), распространение которой не допускается.

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

#### РЕШИЛА:

1. Признать рекламу алкогольной продукции, размещенную на окне здания, расположенного по адресу: г.Барнаул, ул.Советская, 13 (кафе «Заправка»), ненадлежащей.
2. Признать рекламораспространителя - ИП Кузикова нарушившим п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».
3. Выдать ИП Кузикову предписание об устранении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу УФАС по Алтайскому краю для возбуждения в отношении ИП Кузикова производства по делу об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

<...>

о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

08 июня 2017г.

г. Барнаул

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

<...>

на основании своего решения от 08 июня 2017 г. по делу №35-ФАС22-Р/05-17 о признании ненадлежащей рекламы алкогольной продукции, размещенной по адресу: г.Барнаул, ул.Советская, 13, поскольку при ее размещении нарушено требование п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

#### ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП Кузикову в десятидневный срок со дня вынесения предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: прекратить размещение рекламы алкогольной продукции на окне здания, расположенного по адресу: г.Барнаул, ул.Советская, 13.
  2. ИП Кузикову представить в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 20 июня 2017 года.
- В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе, управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю вправе, в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот до пятисот тысяч рублей.
- Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.
- <...>