

## РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №16-ФАС22-Р/03-17

Решение изготовлено в полном объеме 23 мая 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 №16-ФАС22-Р/03-17 по факту размещения рекламы алкогольной продукции на фасаде здания, расположенного по адресу г.Барнаул, ул.Попова, 137, 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 Рыбакова <...>,

### УСТАНОВИЛА:

09.02.2017г. управлением Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю установлен факт размещения на стене здания, расположенного по адресу: г.Барнаул, ул.Попова, 137 рекламной конструкции с рекламой следующего содержания: «Немецкие традиции с 1876 года. Вся продукция соответствует ГОСТ 31711-2012. Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью», с изображением логотипа производителя «Томское пиво» и названием алкогольной продукции – пиво марок: «Kruger классическое», «Kruger золотое», «Kruger бархатное», «Kruger нефильтованное», «Жигулевское», «Сибирский пивовар», «Cesky Dzbanek», «Shamrock», «Трое в лодке», «Нефилтрофф полноценное пиво». 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, состоявшемся 18 мая 2017 года, ИП Рыбаков пояснил, что помещение по данному адресу было арендовано 13 октября 2016г. По адресу: г.Барнаул, ул.Попова, 137 реклама осталась от другого арендатора. Реклама была демонтирована в зимний период. Пивом, указанным в рекламе не торгует, т.к. заключен договор с ООО «Бочкаревский пивоваренный завод» и реализует продукцию, произведенную ООО «Бочкаревский пивоваренный завод». Кафе, в котором осуществляет деятельность, имеет название «Привет, сосед».

В заседании Комиссии ИП Рыбаковым в материалы дела не представлено доказательство устранения нарушения п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

Комиссия, рассмотрев материалы дела и заслушав пояснения ИП Рыбакова, 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 «Kruger классическое», «Kruger золотое», «Kruger бархатное», «Kruger нефильтованное», «Жигулевское», «Сибирский пивовар», «Cesky DzbaneK», «Shamrock», «Трое в лодке», «Нефилтрофф полноценное пиво», к производителю и к лицу, его реализующему - кафе «Хмельной якорь», 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».

На рекламных конструкциях размещены средства индивидуализации производителя пива и логотип «Томское пиво», принадлежащего ОАО «Томское пиво». Изображенные логотипы «Kruger классическое», «Kruger золотое», «Kruger бархатное», «Kruger нефильтованное», «Жигулевское», «Сибирский пивовар», «Cesky DzbaneK», «Shamrock», «Трое в лодке», «Нефилтрофф полноценное пиво», являются продукцией ОАО «Томское пиво».

Таким образом, у потребителей информация с изображением торговых марок – «Kruger классическое», «Kruger золотое», «Kruger бархатное», «Kruger нефильтованное», «Жигулевское», «Сибирский пивовар», «Cesky DzbaneK», «Shamrock», «Трое в лодке», «Нефилтрофф полноценное пиво», логотипа «Томское пиво» 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 размещена на фасаде 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».

На основании информации, представленной администрацией Индустриального района г.Барнаула (вхд.172103 от 01.03.2017г.), деятельность по адресу: г.Барнаул, ул.Попова, 137 осуществляет ИП Рыбаков <...>. Администрацией района разрешение на установку и эксплуатацию рекламных конструкций не выдавалось, размещение вывесок и информационных конструкций не согласовывалось. 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 – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Комиссия, рассмотрев представленные документы и пояснения ИП Рыбакова, приходит к выводу об отсутствии в действиях ИП Рыбакова нарушения п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе», при размещении рассматриваемой рекламы алкогольной продукции на фасаде здания, расположенного по адресу: г.Барнаул, ул.Попова, 137. Согласно п.1.1 Договора аренды оборудования №3ПС от 16 февраля 2017 г., заключенного между ООО «Бочкаревский пивоваренный завод» (Арендодатель) и ИП Рыбаковым (Арендатор), Арендатор в рамках реализации единой концепции фирменного магазина «Привет, сосед» предоставляет Арендатору во временное пользование за плату специализированное торговое оборудование, холодильные агрегаты, баннеры, предметы внутренней отделки интерьера для организации реализации исключительно продукции (пива, кваса, безалкогольных напитков, воды), произведенной ООО «Бочкаревский пивоваренный завод». При этом ИП Рыбаков является лицом, способным устранить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе.

Согласно части 2 статьи 33 Федерального закона «О рекламе», антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламораспространителям, рекламопроизводителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе выдается виновному в нарушении лицу, а также участвующим в рассмотрении дела лицам, причастным к распространению ненадлежащей рекламы и способным прекратить ее распространение.

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 фасаде здания, расположенного по адресу: г.Барнаул, ул.Попова, 137, ненадлежащей.
2. Выдать ИП Рыбакову предписание об устранении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, как лицу, способному устранить нарушение.

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

<...>

#### ПРЕДПИСАНИЕ №29

о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

23 мая 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 23 мая 2017 г. по делу №16-ФАС22-Р/03-17 о признании ненадлежащей рекламы алкогольной продукции, размещенной по адресу: г.Барнаул, ул.Попова, 137, 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 Рыбакову в десятидневный срок со дня вынесения предписания, как лицу способному прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, прекратить размещение рекламы алкогольной продукции на фасаде здания, расположенного по адресу: г.Барнаул, ул.Попова, 137.
  2. ИП Рыбакову представить в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 01 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.

<...>