

РЕШЕНИЕ

по делу №13 о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

19 февраля 2013 года

г. Ставрополь

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

Тихенький О.А. – председатель Комиссии, заместитель руководителя управления;

Жуков И.А. – член Комиссии, главный специалист-эксперт отдела надзора за соблюдением рекламного законодательства и пресечения недобросовестной конкуренции; Долидович Е.Е. – член Комиссии, ведущий специалист-эксперт отдела надзора за соблюдением рекламного законодательства и пресечения недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело №13 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, по факту распространения ИП <***> рекламы, содержащей признаки нарушения пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38 – ФЗ «О рекламе»,

в присутствии ИП <***>,

УСТАНОВИЛА:

На территории Минераловодского района Ставропольского края, в хуторе Садовый, 06 января 2013 года, на ул. 25 Партсъезда, 86, на входе в магазин продукты «Бахар», был выявлен факт размещения на холодильном оборудовании наружной рекламы пива «Старый Мельник» (изображена бутылка и бокал с пивом «Старый Мельник»), а также изображение товарного знака «ОЧАКОВО».

Товарный знак «ОЧАКОВО» зарегистрирован за 32 классом МКТУ и перечнем товаров, в том числе и за пивом.

Согласно пункту 2 Постановления Пленума ВАС РФ от 08 октября 2012 г. №58 следует, что 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).

В этом случае данная информация должна быть исследована на предмет соответствия требованиям, предъявляемым Законом о рекламе к рекламе, в том числе установленным главой 3 Закона о рекламе в отношении отдельных видов товаров.

Таким образом, в вышеуказанной рекламе, размещенной на холодильном

оборудовании на входе в магазин продукты «Бахар», присутствует реклама пива «Старый Мельник» и рекламная информация товарного знака «ОЧАКОВО», а значит у потребителя она ассоциируется с алкоголем, а именно пивом «Очаково».

Данная реклама адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, а именно к алкогольной продукции, реализуемой ИП <***>.

Вышеуказанная наружная реклама алкогольной продукции (пиво) размещается с использованием технических средств стабильного территориального размещения, монтируемой и располагаемой на холодильном оборудовании на улице 25 Партсъезда, 86, у входа в магазин продукты «Бахар».

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе», реклама – 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 и поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке.

В соответствии с частью 2 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе», объект рекламирования – товар, средство его индивидуализации, 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.

Исходя из части 5 статьи 3 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе», рекламодаделец – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) рекламы лицо.

Исходя из части 7 статьи 3 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе», рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно пункту 7 статьи 2 Федерального закона «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей 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), 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 процента объема готовой продукции.

В соответствии с пунктом 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ "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.

На основании статьи 38 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ "О рекламе", за нарушение пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ "О рекламе", ответственность несёт рекламодатель.

На рассмотрении дела ИП <***> не согласился с допущенным нарушением Федерального закона «О рекламе» и пояснил, что холодильное оборудование, на котором была размещена реклама, было выставлено с целью транспортировки в другое место.

Кроме того, индивидуальный предприниматель пояснил, что в магазине «Бахар» ИП <***> реализует алкогольную продукцию, а именно пиво.

Следовательно, ИП <***> допущено нарушение пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.06 «О рекламе», выразившееся в распространении наружной рекламы алкогольной продукции (пиво) с использованием технических средств стабильного территориального размещения, монтируемой и располагаемой на холодильном оборудовании на улице 25 Партсъезда, 86, у входа в магазин продукты «Бахар».

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 ненадлежащей рекламу, распространенную ИП <***>, поскольку в ней нарушены требования пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38 – ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ИП <***> предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

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

Решение изготовлено в полном объеме 21.02.2013 г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.