

## РЕШЕНИЕ № 1425-ФАС52-07/13

г. Нижний Новгород

Резолютивная часть решения объявлена 05 февраля 2014 года.

Решение изготовлено в полном объеме 14 февраля 2014 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

- |              |   |  |
|--------------|---|--|
| Смирнов С.В. | - | председатель Комиссии, заместитель<br>руководителя управления;   |
| Швецова О.Ю. | - | член Комиссии, начальник отдела контроля<br>финансовых рынков, рекламы и недобросовестной<br>конкуренции,                    |
| Гришков Д.А. | - | член Комиссии, старший специалист 1 разряда<br>отдела контроля финансовых рынков, рекламы и<br>недобросовестной конкуренции, |

рассмотрев дело №1425-ФАС52-07/13, возбужденное в отношении **Общества с ограниченной ответственностью «ЧЕРРИ»** (603000, г. Нижний Новгород, ул.Костина, д.3) по признакам пунктов 5 и 6 части 2, части 2.1, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» в присутствии: Поляковой Ю.В. – директора ООО «ЧЕРРИ», Дробот А.А. – представителя по доверенности №б/н от 04.02.2014 г., Наумова А.А. – представителя по доверенности №б/н от 04.02.2014 г.,

### УСТАНОВИЛА:

В ходе проверки рекламных сообщений на предмет их соответствия требованиям Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» специалистами Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области 16 декабря 2013 года в городе Нижнем Новгороде по адресу: ул. Костина, д. 3 у входа в ресторан «Пирушка у Ганса» выявлена рекламная конструкция с рекламой алкогольной продукции. По данному факту составлен Акт наблюдения от 16.12.2013 г. с приложением фотографий рекламных сообщений.

Рекламодателем является ООО «ЧЕРРИ».

В связи с вышеизложенным, 24 декабря 2013 года председатель Комиссии

Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе вынес Определение №1425-ФАС52-07/13 о возбуждении дела по признакам нарушения нарушения пунктов 5 и 6 части 2, части 2.1, части 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе» в отношении ООО «ЧЕРРИ».

**Изучив материалы дела №1425-ФАС52-07/13, представленные документы, заслушав представителей ООО «ЧЕРРИ», Комиссия Нижегородского УФАС России приходит к следующим выводам.**

В ходе проверки рекламных сообщений на предмет их соответствия требованиям Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» специалистами Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области 16 декабря 2013 года в городе Нижнем Новгороде по адресу: ул. Костина, д. 3 у входа в ресторан «Пирушка у Ганса» выявлена рекламная конструкция с сообщением следующего содержания:

*«...Бочковое пиво, 1 л. – 509 рублей; 0,5 л.- 299 рублей; 0,3 л. – 229 рублей*

*SPATEN (Шпатен) алк.5,9% пл.13,7%....*

*Augustiner (Августинер) алк.5,6% пл.11,2%....*

*HOFBRAU MUNCHEN (Хофбрей) алк.5,1% пл.11,75%....*

*PAULANER MUNCHEN (Пауланер) алк.6,0% пл.13,5%....*

*Hacker-Pschorr (Хакек-Пшор) алк.6,0% пл.12,5%....*

*Чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью».*

По данному факту составлен Акт наблюдения от 16.12.2013 г. с приложением фотографий рекламных сообщений.

Данное сообщение являются рекламой, так как отвечает определению, указанному в пункте 1 статьи 3 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 или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 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, пункт 3 этой же статьи определил, что *товар* - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Рекламное сообщение направлено на привлечение внимания неопределенного круга лиц к объекту рекламирования - ресторану «Пирушка у Ганса», реализующему товар(услуги) – услуги общественного питания, в том числе

алкогольную продукцию – пиво:

- «SPATEN» (Шпатен) алк.5,9% пл.13,7%;
- «Augustiner» (Августинер) алк.5,6% пл.11,2%;
- «HOFBRAU MUNCHEN» (Хофбрей) алк.5,1% пл.11,75%;
- «PAULANER MUNCHEN» (Пауланер) алк.6,0% пл.13,5%;
- «Hacker-Pschorr» (Хакек-Пшор) алк.6,0% пл.12,5%;

для формирования и поддержание интереса к объекту рекламирования, и продвижения на товарном рынке, в том числе, продажи алкогольной продукции.

Целью распространения рекламы является увеличение продаж именно этой алкогольной продукции (пива): «SPATEN» (Шпатен), «Augustiner» (Августинер), «HOFBRAU MUNCHEN» (Хофбрей), «PAULANER MUNCHEN» (Пауланер), «Hacker-Pschorr» (Хакек-Пшор).

Согласно пункта 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 №171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей 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.

Пиво марки «SPATEN» (Шпатен) содержит не менее 5,9% алкоголя; пиво марки «Augustiner» (Августинер) содержит не менее 5,6% алкоголя; пиво марки «HOFBRAU MUNCHEN» (Хофбрей) содержит не менее 5,1% алкоголя; пиво марки «PAULANER MUNCHEN» (Пауланер) содержит не менее 6,0% алкоголя; пиво марки «Hacker-Pschorr» (Хакек-Пшор) содержит не менее 6,0% алкоголя. Отсюда следует, что рекламируемое пиво вышеуказанных марок является алкогольной продукцией.

В соответствии с пунктом 5 частью 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться в том числе 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.

Рекламное сообщение алкогольной продукции распространялось на рекламной конструкции, размещенной перед входом в ресторан «Пирушка у Ганса». Таким образом, размещение рекламы алкогольной продукции - пива «SPATEN» (Шпатен), «Augustiner» (Августинер), «HOFBRAU MUNCHEN» (Хофбрей), «PAULANER MUNCHEN» (Пауланер), «Hacker-Pschorr» (Хакек-Пшор) перед входом в здание, где размещается ресторан, противоречит требованиям пункта 5 части 2 статьи 21

Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с пунктом 6 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться в детских, образовательных, медицинских, санаторно-курортных, оздоровительных, военных организациях, театрах, цирках, музеях, домах и дворцах культуры, концертных и выставочных залах, библиотеках, лекториях, планетариях и на расстоянии ближе чем сто метров от занимаемых ими зданий, строений, сооружений.

Рекламное сообщение размещено на расстоянии менее 100м. от ГБУЗ НО «Городская клиническая больница № 34 Советского района г. Н.Новгорода». По информации, представленной МБУ «Рекламная служба города Нижнего Новгорода» в письме от 03.02.2014 №98, расстояние от рекламной конструкции до здания Городской клинической больницы №34 составляет 84 метра, кроме того, у Общества отсутствует разрешение на установку данной рекламной конструкции.

Таким образом, рекламное сообщение противоречит требованиям пункта 6 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 2.1 статьи 21 Федерального 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.

Реклама алкогольной продукции – пива марок «SPATEN», «Augustiner», «HOFBRAU MUNCHEN», «PAULANER MUNCHEN», «Hacker-Pschorr» размещена на улице у входа в ресторан. Таким образом, реклама алкогольной продукции противоречит требованиям части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде её чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

В рекламном сообщении алкогольной продукции – пива присутствует предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции, однако размер этого предупреждения составляет не более 3 % от общей площади рекламного пространства, что противоречит требованиям части 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных частями 2, 2.1 и 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Предпринимательскую деятельность в ресторане «Пирушка у Ганса» по адресу: г. Нижний Новгород, ул. Костина, д.3, осуществляет ООО «ЧЕРПИ».

Таким образом, ООО «ЧЕРПИ» рекламодателем рекламного сообщения алкогольной продукции - пива марок «SPATEN» (Шпатен), «Augustiner» (Августинер), «HOFBRAU MUNCHEN» (Хофбрей), «PAULANER MUNCHEN» (Пауланер), «Hacker-Pschorr» (Хакек-Пшор).

Таким образом, рекламное сообщение алкогольной продукции - пива марок «SPATEN» (Шпатен), «Augustiner» (Августинер), «HOFBRAU MUNCHEN» (Хофбрей), «PAULANER MUNCHEN» (Пауланер), «Hacker-Pschorr» (Хакек-Пшор), распространенное ООО «ЧЕРПИ» на рекламной конструкции перед входом в ресторан по адресу: г. Нижний Новгород, ул. Костина, д. 3, выявленной 16 декабря 2013 года, противоречит требованиям пунктов 5 и 6 части 2, части 2.1, части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

На рассмотрении дела представитель ООО «ЧЕРПИ» признал факт нарушения рекламного законодательства и сообщил, что реклама алкогольной продукции в настоящее время не распространяется, однако доказательств этого представлено не было. В связи с тем, что в материалах дела отсутствуют документы, подтверждающие прекращение ООО «ЧЕРПИ» распространение ненадлежащей рекламы, Комиссия Нижегородского УФАС России считает необходимым выдать Обществу предписания об устранении выявленных нарушений рекламного законодательства.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», и в соответствии с пунктами 37 – 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17 августа 2006 года № 508, Комиссия,

## **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу алкогольной продукции: пива марок «SPATEN» (Шпатен), «Augustiner» (Августинер), «HOFBRAU MUNCHEN» (Хофбрей), «PAULANER MUNCHEN» (Пауланер), «Hacker-Pschorr» (Хакек-Пшор), распространенную ООО «ЧЕРПИ», размещенную на рекламной конструкции перед входом в ресторан «Пирушка у Ганса» по адресу: г. Н.Новгород, ул. Костина, д. 3, поскольку ее

размещение противоречит требованиям пунктов 5 и 6 части 2, части 2.1, части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ООО «ЧЕРРИ» предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях, в отношении ООО «ЧЕРРИ».

Решение изготовлено в полном объеме 14 февраля 2014 года.

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

**Председатель Комиссии**

**С.В.Смирнов**

**Члены комиссии**

**О.Ю. Швецова**

**Д.А. Гришков**

14.02.2014 № СС-07/953

## **ПРЕДПИСАНИЕ № 1425-ФАС52-07/13**

**о прекращении нарушения законодательства**

**Российской Федерации о рекламе**

14 февраля 2014 года

г.Н.Новгород

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

- Смирнов С.В. - председатель Комиссии, заместитель руководителя управления;
- Швецова О.Ю. - член Комиссии, начальник отдела контроля финансовых рынков, рекламы и недобросовестной конкуренции;  
**член Комиссии, старший специалист 1 разряда отдела контроля финансовых рынков, рекламы и недобросовестной конкуренции,**
- Гришков Д.А. - **рынков, рекламы и недобросовестной конкуренции,**

на основании решения от 14.02.2014 года по делу №1425-ФАС52-07/13 о признании ненадлежащей рекламы, распространенной ООО «ЧЕРРИ» (603000, г. Нижний Новгород, ул. Костина, д.3), поскольку ее размещение противоречит требованиям пунктов 5 и 6 части 2, части 2.1, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 ФЗ «О рекламе», пунктами 44, 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,

#### **ПРЕДПИСЫВАЕТ:**

**1. ООО «ЧЕРРИ» в срок до 26 февраля 2014 года** прекратить нарушение пунктов 5 и 6 части 2, части 2.1, части 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе», а именно: прекратить распространение рекламы алкогольной продукции (пиво марок: «SPATEN» (Шпатен), «Augustiner» (Августинер), «HOFBRAU MUNCHEN» (Хофбрей), «PAULANER MUNCHEN» (Пауланер), «Hacker-Pschorr» (Хакек-Пшор), размещенной на рекламной конструкции, установленной перед входом в ресторан «Пирушка у Ганса» по адресу: г. Нижний Новгород, ул. Костина, д.3.

**2. ООО «ЧЕРРИ»** представить в Нижегородское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **в срок до 27 февраля 2014 года.**

Предписание может быть обжаловано в Арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного кодекса Российской Федерации.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Нижегородское УФАС России 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 тысяч до пятисот тысяч рублей.

Привлечение к ответственности, предусмотренной законодательством Российской Федерации

Федерации, не освобождает Общество от обязанности исполнить предписание антимонопольного органа.

**Председатель Комиссии**

**С.В. Смирнов**

**Члены комиссии**

**О.Ю. Швецова**

**Д.А. Гришков**

Исп.: Гришков Д.А.

Тел.: 430-55-74