

Заказное с уведомлением о вручении

Руководителю

ООО «Пивнофф»

302040, г.Орел, ул.Октябрьская, 122,

лит. А, пом. 142

РЕШЕНИЕ

по делу №244-15/04 РЗ

Резолютивная часть решения оглашена 29 сентября 2015 г.

Решение в полном объеме изготовлено 12 октября 2015 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Орловской области (далее - Орловское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии – Кирьянов А.Н., заместитель руководителя управления;

Члены Комиссии - Губчевская М.В., ведущий специалист-эксперт;

- Силаев А.В., специалист 1 разряда,

рассмотрев дело №244-15/04РЗ, возбужденное в отношении ООО «Пивнофф» (ИНН 5751052629, ОГРН 1125740002068, 302040, г.Орел, ул.Октябрьская, 122 лит. А, 142) по признакам нарушений пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»),

в присутствии:

-доверенного представителя ООО «Пивнофф» <...>(доверенность б/н от 01.01.2015г.),

УСТАНОВИЛА:

02.06.2015г. в адрес Управления из УМВД России по Орловской области поступила жалоба гр. <...> (вх.№182 от 02.06.2015г.) на действия ООО «Пивнофф», в которой заявитель просил проверить законность размещения рекламных баннеров на фасаде дома №9 по ул.Герцена в г. Орле.

08.06.2015г. в адрес Управления из Департамента государственного имущества и земельных отношений Орловской области поступила аналогичная жалоба гр. Т. для рассмотрения в пределах компетенции антимонопольного органа и проверки рекламы ООО «Пивнофф» на соответствие требованиям Закона «О рекламе» (вх.№188 от 08.06.2015г.).

11.06.2015г. сотрудниками Орловского УФАС России был совершен выезд по указанному в заявлении адресу- г.Орел, ул. Герцена, 9 в результате которого было установлено следующее:

По адресу: г.Орел, ул. Герцена, 9 расположен жилой дом, к которому в виде пристройки примыкает одноэтажное торговое помещение на фасаде которого с двух сторон расположены рекламные конструкции в виде щитов с информацией следующего содержания:

Текстовая составляющая рекламы:

Центральный фасад (вход в торговое помещение)

«ПИВНОФФ-ПАБ». Сеть городских заведений» (рекламный щит над входом в торговое помещение).

«Пивнофф. Сеть городских заведений. 100% качества. И всё под напитки тут же» (рекламный щит слева от окна).

«Все напитки здесь. Чешское. Бельгийское. Немецкое. И всё под напитки тут же.

Рыба. Чипсы. Напитки разливные свежие холодные живые. Рыба всякая вкусная вяленая копченая. 100% качества». (рекламный щит справа от окна).

«Немецкое. Белорусское. Бельгийское. Российское. Чешское. Рязанское. 100% качества. Все напитки здесь» (рекламный щит справа от двери).

Боковой фасад

«ПИВНОФФ-ПАБ». Сеть городских заведений. Все напитки здесь. Чешское. Бельгийское. Немецкое. И всё под напитки тут же. Рыба. Чипсы. Напитки разливные свежие холодные живые. Рыба всякая вкусная вяленая копченая. 100% качества. Чрезмерное употребление алкоголя вредит Вашему здоровью».

Графическая составляющая рекламы:

В оформлении рекламной конструкции использованы белый, желтый, коричневый и черный цвета, в верхней части изображены колосья, присутствуют изображения пивных кружек, с характерной пивной «шапкой» (белой пеной)

(далее- реклама «Пивнофф»).

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона «О рекламе» - **реклама** это 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 продвижения на рынке.

Из данной нормы Закона «О рекламе» следует, что квалифицирующими признаками рекламы являются:

1.1. распространяется любым способом, в любой форме и любыми средствами: информация «Пивнофф» распространялась посредством размещения на щитах на фасаде одноэтажного торгового помещения, примыкающего к жилому дому по адресу: г.Орел, ул.Герцена, 9.

1.2. адресуется неопределенному кругу лиц

Данная информация распространялась для круга лиц, который заранее не определен в качестве конкретной стороны. Из указанной рекламной информации следовало, что информация была представлена всем потребителям, а не конкретно определившемуся лицу.

1.3. направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование и поддержание интереса к нему и его продвижения на рынке.

В статье 3 Закона «О рекламе» приведены понятия:

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.

Данная информация обращала внимание и поддерживала интерес потребителей к продавцу товара и товару, а именно – магазину «Пивнофф-паб» и реализуемой в нем алкогольной продукции – пиву.

Информация, размещенная на щитах на фасаде одноэтажного торгового помещения, примыкающего к жилому дому по адресу: г.Орел, ул.Герцена, 9 содержала квалифицирующие признаки рекламы, имеющей целью привлечение внимания неопределенного круга лиц к продавцу товара и товару, а именно – магазину «Пивнофф-паб» и реализуемой в нем, в том числе, алкогольной продукции - пиву.

Рекламодатель – ООО «Пивнофф» (ИНН 5751052629, ОГРН 1125740002068, 302040, г.Орел, ул.Октябрьская, 122 А, 142)

Рекламораспространитель - ООО «Пивнофф» (ИНН 5751052629, ОГРН 1125740002068, 302040, г.Орел, ул.Октябрьская, 122 А, 142).

В соответствии с пунктом 5 части 2 статьи 21 Закона «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.

Вышеуказанная реклама, в том числе, алкогольной продукции «Пивнофф» размещалась с использованием технических средств стабильного территориального размещения – рекламных щитов на фасаде одноэтажного торгового помещения, примыкающего к жилому дому по адресу: г.Орел, ул.Герцена, 9.

В соответствии со статьей 38 Закона «О рекламе»:

- ответственность за нарушение пункта 5 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе» несет рекламораспространитель и рекламопроизводитель.

30.06.2015 года Управлением было возбуждено дело №244-15/04РЗ в отношении

ООО «Пивнофф» (ИНН 5751052629, ОГРН 1125740002068, 302040, г.Орел, ул.Октябрьская, 122 А, 142) по признакам нарушений пункта 5 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе».

Рассмотрение дела №244-15/04РЗ по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе было назначено на 16.07.2015г.

16.07.2015 г. рассмотрение дела №244-15/04 РЗ было отложено, в связи с необходимостью надлежащего уведомления ООО «Пивнофф» о времени и месте рассмотрения дела №244-15/04РЗ и получения запрашиваемой информации от ООО «Пивнофф».

Рассмотрение дела №244-15/04 РЗ было назначено на 27.08.2015г.

24.08.2015г. в адрес Управления поступили запрашиваемые документы и сведения от ООО «Пивнофф» (вх.№7878 от 24.08.215г.).

Кроме того, в материалы дела ООО «Пивнофф» было представлено заключение специалиста АНО «Научно-исследовательский институт судебной экспертизы» Боргояковой Э.В. №162/15 от 17 августа 2015г. по результатам проведенного лингвистического экспертного исследования текста на фотографиях фасадов магазина ООО «Пивнофф»-«Пивнофф-паб», расположенного в одноэтажном торговом помещении, примыкающего к жилому дому по адресу: г.Орел, ул.Герцена, д.9, на предмет наличия/отсутствия сведений рекламного характера – рекламы алкогольной продукции на надписях, размещенных на щитах на фасаде торгового помещения по указанному адресу.

27.08.2015г. для участия в рассмотрении дела №244-15/04РЗ законный и/или доверенный представитель ООО «Пивнофф», уведомленные надлежащим образом о времени и месте рассмотрения дела, в Управление не прибыли.

Комиссия, рассмотрев документы, имеющиеся в материалах дела, а также заключение специалиста АНО «Научно-исследовательский институт судебной экспертизы» Боргояковой Э.В. №162/15 от 17 августа 2015г., пришла к выводу, что представленных материалов недостаточно для полного, объективного и всестороннего рассмотрения дела, в связи с чем, необходимо провести опрос респондентов на предмет наличия/отсутствия ассоциации рекламной информации, размещенной на щитах на фасаде торгового помещения, примыкающего к жилому дому по адресу: г.Орел, ул.Герцена, д.9, с рекламой алкогольной продукции (пива).

27.08.15г. Комиссия приостановила производство по делу №244-15/04РЗ для проведения ГОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли» опроса респондентов и получения его результатов в материалы дела №244-15/04РЗ.

31.08.15г. Управлением в адрес ГОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли» был направлен запрос о необходимости проведения опроса респондентов на предмет наличия/отсутствия ассоциации рекламной информации, размещенной на щитах на фасаде торгового помещения, примыкающего к жилому дому по адресу: г.Орел, ул.Герцена, д.9, с рекламой

алкогольной продукции (пива), на основании представленной анкеты (исх. №3189/04 от 31.08.2015г).

14.09.15г. в адрес Управления поступил ответ ГОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли» с результатами проведенного опроса респондентов (вх.№8232 от 14.09.2015г.).

Таким образом, причины, препятствующие рассмотрению дела, были устранены.

15.09.2015г. производство по делу №244-15/04РЗ было возобновлено.

Рассмотрение дела №244-15/04 РЗ было назначено на 29.09.2015г.

29.09.2015г. для участия в рассмотрении дела №244-15/04РЗ в Управление прибыла доверенный представитель ООО «Пивнофф» <...>(доверенность б/н от 01.01.2015г.).

В ходе заседания Комиссии доверенный представитель ООО «Пивнофф» заявила ходатайство о повтором проведении опроса респондентов в связи с тем, что, по ее мнению, указанный опрос проведен ненадлежащим образом, имеющиеся в материалах дела анкеты опроса респондентов ГОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли» не имеют юридической силы, так как указанные анкеты анонимны, в них отсутствуют персональные данные каждого участника опроса.

В удовлетворении данного ходатайства ООО «Пивнофф» было отказано по следующим основаниям:

Основной целью проведенного опроса респондентов в виде анкетирования было выявить мнение потребителей рассматриваемой рекламы относительно объекта рекламирования и ассоциативных связей, возникающих при ее восприятии.

Особенностью метода анкетирования является его анонимность (личность респондента не фиксируется, фиксируются лишь его ответы). Анкетирование проводится в основном в случаях, когда необходимо выяснить мнения людей по каким-то вопросам и охватить большое число людей за короткий срок.

Особенность опроса респондентов в виде анкетирования потребителей той или иной рекламы состоит в том, что источником информации по рассматриваемой проблеме выступают рядовые участники изучаемого вопроса, осознающие эти процессы в рамках повседневного житейского опыта, независимо от возраста, рода занятий, пола, расовой принадлежности, вероисповедания и т.д., которые отвечали на вопросы заранее подготовленной анкеты, а именно:

1. Что является объектом рекламирования в указанной рекламе:

а) сеть городских заведений «Пивнофф-паб»

б) пиво

- в) безалкогольные напитки
- г) рыба, чипсы, закуски
- д) все вышеперечисленное
- е) затрудняюсь ответить

2. Ассоциируется ли информация, представленная на фотографиях, с рекламой пива?

- а) да
- б) нет
- в) затрудняюсь ответить

В опросе приняли участие 94 респондента (анкеты имеются в материалах дела).

Из 94 респондентов 54,26% (51 человек) посчитали, что объектом рекламирования в указанной рекламе является сеть городских заведений «Пивнофф-паб». 27,66% (26 человек) выбрали вариант «все вышеперечисленное».

Информация, представленная на фотографиях, ассоциировалась с рекламой пива у 80,85% респондентов (76 человек). Остальные 18 человек так не считают, или затрудняются ответить.

В том числе, учитывая мнение респондентов, выявленное при проведении опроса специалистами кафедры «История, философия, реклама и связи с общественностью» ГОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли», Комиссией был сделан вывод о наличии у потребителей рекламы ассоциации рекламной информации, размещенной на щитах на фасаде торгового помещения, примыкающего к жилому дому по адресу: г. Орел, ул. Герцена, д. 9, с рекламой алкогольной продукции (пива).

В ходе заседания Комиссии доверенный представитель ООО «Пивнофф» утверждала, что распространяемая на фасаде торгового помещения, примыкающего к жилому дому по адресу: г. Орел, ул. Герцена, д. 9 информация не является рекламой алкоголя, а представленные щиты с информацией представляют собой вывеску и не имеют сведений рекламного характера.

Комиссия, рассмотрев документы и объяснения, имеющиеся в материалах дела №244-15/04РЗ, заслушав доводы стороны по делу, пришла к следующим выводам:

1. В соответствии с частью 1 статьи 3 Закона «О рекламе» **реклама** - это 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.

Согласно пункту 2 приведенной статьи **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.

Пункт 3 данной статьи содержит определение **товара**, согласно которому товар - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В соответствии со статьей 9 Федерального Закона РФ «О защите потребителей» от 07.02.1992 г. №2300-1 (далее – Закон «О защите прав потребителей») **изготовитель (исполнитель, продавец) обязан довести до сведения потребителя фирменное наименование (наименование) своей организации, место ее нахождения (адрес) и режим ее работы. Продавец (исполнитель) размещает указанную информацию на вывеске.**

Таким образом, статьей 9 Закона «О защите прав потребителей» определено, какая информация должна размещаться на вывеске, **а именно: фирменное наименование (наименование) своей организации, место ее нахождения (адрес) и режим ее работы.**

Таким образом, вывеска должна содержать только следующую информацию: фирменное наименование (наименование) своей организации, место ее нахождения (адрес) и режим ее работы, и не содержать сведений рекламного характера.

Помимо фирменного наименования к обязательным сведениям, размещаемым на вывеске, относятся место нахождения (адрес) и режим работы организации, реализующей товары или выполняющей работы (оказывающей услуги) потребителям (п. 1 ст. 9 Закон «О защите прав потребителей»).

Согласно п. 2 ст. 54 Гражданского кодекса место нахождения юридического лица определяется местом его государственной регистрации, которая осуществляется по месту нахождения его постоянно действующего исполнительного органа, а в случае отсутствия такового - иного органа или лица, имеющих право действовать от имени юридического лица без доверенности. Место нахождения юридического лица обязательно должно быть указано в его учредительных документах.

Помимо этого на вывеске допускается также размещение зарегистрированных в установленном порядке товарных знаков, знаков обслуживания и различных декоративных элементов.

Тексты, содержащиеся на вывесках, должны выполняться на русском языке, включая зарегистрированные товарные знаки, логотипы и знаки обслуживания.

Недопустимо использование в текстах иностранных слов, выполненных русскими буквами, а при обозначении профиля организации - сокращений и аббревиатур.

Оформленная данным образом вывеска не будет признаваться рекламной, хотя она может быть размещена на любых средствах наружной рекламы (щитах, наземных и настенных панно, панель-кронштейнах, маркизах и т.д.).

В ходе рассмотрения дела установлено, что в оформлении фасада торгового помещения «Пивнофф-паб» **отсутствовала** информация, отвечающая вышеперечисленным требованиям Закона «О защите прав потребителей», предъявляемых к вывеске, а именно: **отсутствовало фирменное наименование (наименование) организации (ООО «Пивнофф-Паб»), место ее нахождения (адрес) и режим ее работы.**

Однако, на фасаде торгового помещения с двух сторон расположены **рекламные конструкции в виде щитов с информацией следующего содержания:**

Текстовая составляющая рекламы:

Центральный фасад (вход в торговое помещение)

«ПИВНОФФ-ПАБ». Сеть городских заведений» (рекламный щит над входом в торговое помещение).

«Пивнофф. Сеть городских заведений. 100% качества. И всё под напитки тут же» (рекламный щит слева от окна).

«Все напитки здесь. Чешское. Бельгийское. Немецкое. И всё под напитки тут же. Рыба. Чипсы. Напитки разливные свежие холодные живые. Рыба всякая вкусная вяленая копченая. 100% качества». (рекламный щит справа от окна).

«Немецкое. Белорусское. Бельгийское. Российское. Чешское. Рязанское. 100% качества. Все напитки здесь» (рекламный щит справа от двери).

Боковой фасад

«ПИВНОФФ-ПАБ». Сеть городских заведений. Все напитки здесь. Чешское. Бельгийское. Немецкое. И всё под напитки тут же. Рыба. Чипсы. Напитки разливные свежие холодные живые. Рыба всякая вкусная вяленая копченая. 100% качества. Чрезмерное употребление алкоголя вредит Вашему здоровью».

Указанная информация отвечала квалифицирующим признакам рекламной

информации, т.е. являлась рекламой.

Факт распространения рекламы ООО «Пивнофф» также подтверждается и имеющимся в материалах дела заключением специалиста АНО «Научно-исследовательский институт судебной экспертизы» Боргояковой Э.В. №162/15 от 17 августа 2015г.

Однако, в данном лингвистическом экспертном исследовании был сделан вывод **об отсутствии сведений рекламного характера именно алкогольной продукции**, при распространении рекламы «Пивнофф» на рекламных щитах на фасаде одноэтажного торгового помещения, примыкающего к жилому дому по адресу: г.Орел, ул.Герцена, 9.

В указанном заключении специалиста содержатся следующие утверждения:

1) В вышеуказанных фразах: «Пивнофф-паб». Сеть городских заведений», «Пивнофф. Сеть городских заведений. 100% качества. И все под напитки тут же», «Все напитки здесь. Чешское. Бельгийское. Немецкое. И все под напитки тут же. Рыба. Чипсы. Напитки разливные свежие холодные живые. Рыба вкусная вяленая копченая. 100% качества», «Немецкое. Белорусское, Бельгийское. Российское. Чешское. Рязанское. 100% качества. Все напитки здесь», «Пивнофф- паб.». Сеть городских заведений. Все напитки здесь. Чешское. Бельгийское, Немецкое. И все под напитки тут же. Рыба, Чипсы. Напитки разливные свежие холодные живые. Рыба всякая вкусная вяленая копченая. 100% качества. Чрезмерное употребление алкоголя вредит Вашему здоровью» **адресантом является заведение «Пивнофф-паб», которое объявляет о наличии товара, а именно: напитки, рыба, чипсы, и расхваливает его, указывая, что все товары 100% качества, напитки свежие, большой ассортимент рыбы.**

Таким образом, следует, что **в вышеуказанных фразах наличествует реклама следующих товаров: напитки (без указания определенного вида и без названия), рыба, чипсы.**

2) В представленных на исследование изображениях присутствует иллюстрация **кружки с пеной сверху, которая может обозначать любой газированный напиток, на что также указывают иллюстрации «пузырей» на баннерах.**

3) структура представленных на исследование рекламных текстов следующая: **аргументы и позиционирование рекламного товара- свежий, холодный, 100%**

качества, разнообразный ассортимент; товар - напитки, рыба, чипсы, участники события: рекламодатель - «Пивнофф-паб» и широкая аудитория потребителей.

По мнению специалиста АНО «Научно-исследовательский институт судебной экспертизы» Боргояковой Э.В. надписи, размещенные на щитах, расположенных на центральном и боковом фасаде одноэтажного торгового помещения, примыкающего к жилому дому по адресу: г. Орел, ул. Герцена, д. 9 **не содержат сведений рекламного характера алкогольной продукции.**

Комиссия полагает, что в указанном лингвистическом экспертном исследовании (далее- Исследование) относительно рекламной информации «Пивнофф» отсутствует **полный, всесторонний и объективный анализ информации,** размещенной на рекламных конструкциях, а именно:

а) в Исследовании указывается, что **в вышеуказанных фразах наличествует реклама следующих товаров: напитки (без указания определенного вида и без названия), рыба, чипсы.**

Однако, в рекламной информации содержится указание на то, что ООО «Пивнофф» реализует **«Чешское. Бельгийское. Немецкое. Напитки разливные свежие холодные живые»**, что также выступает объектом рекламирования в указанной рекламе.

б) в Исследовании никаким образом не анализируется фраза **«чрезмерное употребление алкоголя вредит Вашему здоровью».**

в) вывод специалиста АНО «Научно-исследовательский институт судебной экспертизы» Боргояковой Э.В. о том, что распространяемая информация не содержит сведений рекламного характера алкогольной продукции ошибочен и не соответствует нормам действующего законодательства РФ о рекламе по следующим основаниям:

Пунктом 2 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" от 08.10.2012 № 58 разъяснено, что при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы 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).

Согласно **Словарю иностранных слов** (под. ред. Комлева Н.Г., 2006.) **ПАБ-**

(англ. pub, сокр. < public house < public - народный, общественный + house - дом, помещение) - **пивная, бар** (гл. обр. в Англии), где продаются **преимущественно пиво, безалкогольные напитки и закуски.**

Синонимический ряд к слову паб - **пивная, пивнушка, пивнуха, пивбар, пивной бар** (Словарь русских синонимов).

Информация «Пивнофф» обращает внимание и поддерживает интерес к торговому объекту **«Пивнофф-паб»** и реализуемому в нем товару, в том числе, **алкогольной продукции-пиву**, так как изображение кружек с характерной пивной «шапкой», может ассоциироваться у потребителей с определенным напитком – пивом, а **не любым газированным напитком, ввиду того, что эффект отождествления** усиливается и самим названием торгового объекта **«Пивнофф-паб»**, рядом с которым и изображена пивная кружка с характерной пеной, которая у большинства потребителей может вызвать прямую ассоциацию с пивом.

Наличие в рекламе надписи **«чрезмерное употребление алкоголя вредит Вашему здоровью»** также **указывает на то, что информация, перечисляемая в рекламе «Все напитки здесь. Чешское. Бельгийское, Немецкое. Напитки разливные свежие холодные живые» имеет отношение именно к алкогольной продукции, реализуемой ООО «Пивнофф».**

Согласно Устава ООО «Пивнофф» основными видами деятельности Общества являются, в том числе: розничная торговля алкогольными и другими напитками, розничная торговля алкогольными напитками, включая пиво.

Кроме того, в самом тексте рекламной информации **присутствовало наименование марок и стран (городов) производителей алкогольных напитков** (пива) **«немецкое, белорусское, бельгийской, российское, чешское, рязанское».**

Указанный факт подтверждается имеющимся в материалах дела ассортиментным перечнем товаров ООО «Пивнофф», согласно которому Общество **из 359 наименований реализуемой продукции, реализует 183 наименований того или иного пива, пивных напитков**, в том числе, **пиво «Чешское оригинальное», пиво Чешское барное» и т.д.** В данном перечне также указано, что Обществом реализуется пиво следующих стран (городов): **белорусское, рязанское, импортное (Чехия, Германия).**

Таким образом, по мнению Комиссии, информация, размещенная на рекламных щитах на фасаде одноэтажного торгового помещения, примыкающего к жилому дому по адресу: г.Орел, ул.Герцена, 9 **содержит сведения рекламного характера, в том числе, алкогольной продукции (пива).**

2. В соответствии с **пунктом 5 части 2 статьи 21 Закона «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.

Реклама алкогольной продукции «Пивнофф» размещается с использованием технических средств стабильного территориального размещения – рекламных щитов на фасаде одноэтажного торгового помещения, примыкающего к жилому дому по адресу: г.Орел, ул.Герцена, 9.

3. В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона «О рекламе» *ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.*

Реклама «Пивнофф» противоречит требованиям пункта 5 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе», то есть **является ненадлежащей.**

4. В статье 3 Закона «О рекламе» приведены следующие основные понятия:

- *рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;*

- *рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму;*

- *рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.*

По утверждению доверенного представителя ООО «Пивнофф»-заместителя генерального директора ООО «Пивнофф» <...>, она, как должностное лицо ООО «Пивнофф», является рекламопроизводителем рекламы «Пивнофф», так как именно ею был разработан макет рассматриваемой рекламы для ее последующего распространения.

Однако, в материалах дела отсутствовали документы и информация, подтверждающие, что заместитель генерального директора ООО «Пивнофф» <...>, являясь должностным лицом ООО «Пивнофф», самостоятельно определила объект рекламирования и содержание рекламы и осуществила полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Рекламодатель - это, по сути, заказчик рекламы, т.е. то лицо, в чьих интересах осуществляется распространение и размещение рекламы. Соответственно таким лицом могут выступать изготовитель, продавец, фирма, оказывающая услуги, государственный или общественный орган и т.д.

Из преамбулы Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей» следует, что **изготовителем являются организация независимо от ее организационно-правовой формы**, а также индивидуальный предприниматель, производящие товары для реализации потребителям, а продавцом - организация независимо от ее организационно-правовой формы, а также индивидуальный предприниматель, реализующие товары потребителям по договору купли-продажи.

Таким образом, Управление полагает, что ООО «Пивнофф» является рекламодателем, рекламораспространителем и рекламопроизводителем рекламы «Пивнофф».

5. В соответствии со статьей 38 Закона «О рекламе»:

- ответственность за нарушение пункта 5 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе» несет рекламораспространитель и рекламопроизводитель.

6. Таким образом, ООО «Пивнофф», как рекламораспространитель и рекламопроизводитель, несет ответственность за нарушение пункта 5 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе».

7. В ходе рассмотрения дела №244-15/04 РЗ было установлено, что реклама «Пивнофф» продолжает распространяться на рекламных щитах на фасаде одноэтажного торгового помещения, примыкающего к жилому дому по адресу: г.Орел, ул.Герцена, 9.

8. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе (ненадлежащая реклама) установлена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь пунктом 2 части 1, пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17 августа 2006 г. № 508 Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу «Пивнофф», поскольку в ней нарушены требования **пункта 5 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе»**.

2. Выдать **ООО «Пивнофф»** предписание о прекращении нарушения **пункта 5 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе»**.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Орловского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении **ООО «Пивнофф»**.

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

Председатель Комиссии

А.Н. Кирьянов

Члены Комиссии

М.В. Губчевская

А.В.Силаев