

**Р Е Ш Е Н И Е по делу № 107**

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

Председателя Комиссии – <...>. – руководителя управления и членов Комиссии – <...> – начальника отдела финансовых рынков и рекламы, <...> - ведущего специалиста-эксперта отдела финансовых рынков и рекламы,

в присутствии:

<...> – представителя ООО «Бизнес Класс» по доверенности от 16.07.2012,

В отсутствие надлежащим образом извещенного о дате, месте и времени рассмотрения дела заявителя - физического лица,

протокол вел <...> – ведущий специалист-эксперт отдела финансовых рынков и рекламы;

рассмотрев дело № 107, возбужденное по заявлению физического лица, по признакам нарушения ООО «Бизнес Класс» п. 4 ч. 2 и ч. 3 ст. 22 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.,

**УСТАНОВИЛА:**

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области поступило заявление физического лица о нарушении действующего рекламного законодательства при размещении в журнале «Бизнес класс» за сентябрь 2011 года на предпоследней странице обложки рекламы следующего содержания: «Скоро открытие. Пивной ресторан «Райком», Большевииков, 18 а, vyatichbar.ru», содержащей фотографии внутреннего интерьера ресторана.

По мнению заявителя, указанная информация является рекламой пива, но не содержит предупреждение, о вреде чрезмерного употребления пива, что является нарушением статьи 22 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 3 статьи 22 ФЗ «О рекламе» реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде чрезмерного потребления пива и напитков, изготавливаемых на его основе. В рекламе такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Оценив рекламную информацию, антимонопольный орган пришел к выводу, что

спорная реклама содержит признаки нарушения п. 4 ч. 2 ст. 22 ФЗ «О рекламе».

Реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, не должна размещаться на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов ([пункт 4 части 2 статьи 22](#) Федерального закона «О рекламе»).

Рекламная информация размещена на последней странице обложки журнала «Бизнес Класс», что является нарушением п. 4 ч. 2 ст. 22 ФЗ «О рекламе».

Таким образом, вышеуказанная реклама содержит признаки нарушения пункта 4 части 2 и части 3 статьи 22 ФЗ «О рекламе» ответственность за которые, согласно статье 38 Закона несет рекламораспространитель.

Рекламораспространителем спорной рекламы является ООО «Бизнес Класс», поэтому в отношении данного хозяйствующего субъекта было возбуждено производство по делу.

На заседании Комиссии представитель ООО «Бизнес Класс» признала факт нарушения рекламного законодательства.

Изучив имеющиеся документы, заслушав доводы представителя ответчика, Комиссия установила, что ООО «Бизнес Класс» нарушен п. 1 ч. 2 и ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

Выводы Комиссии основаны на следующем:

Согласно ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «О рекламе», рекламой является информация, распространяемая 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. Под объектом рекламирования понимается 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. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, размещенная в журнале «Бизнес класс Киров» за сентябрь 2011 на предпоследней странице обложки рекламы следующего содержания: «Скоро открытие. Пивной ресторан «Райком», Большевиков, 18 а, [vutichbar.ru](#)», содержащей фотографии внутреннего интерьера ресторана», соответствует требованиям ст. 3 Федерального закона «О рекламе» и является рекламной.

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

Частью 4 ст. 2 Федерального закона «О рекламе» установлено, что специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом 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.

Кроме того, как разъяснил Пленум ВАС РФ в пункте 16 информационного письма от 25.12.1998 № 37, информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

В рассматриваемом случае наименование «пивной ресторан «Райком» у потребителей явно ассоциируется с реализуемой в данном заведении продукцией, а именно с пивом.

Поэтому рассматриваемая информация является рекламой, как самого ресторана «Райком», так и реализуемого в нем пива.

Рассматриваемая рекламная информация была размещена на внутренней стороне обложки журнала «Бизнес класс» за сентябрь 2011 года, соответственно с нарушением п. 4 ч. 2 ст. 22 Закона «О рекламе», согласно которому реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, не должна размещаться на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов ([пункт 4 части 2 статьи 22](#) Федерального закона «О рекламе»).

В соответствии с частью 3 статьи 22 ФЗ «О рекламе» реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде чрезмерного потребления пива и напитков, изготавливаемых на его основе. В рекламе такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Реклама пивного ресторана «Райком» обязательного предупреждения о вреде чрезмерного потребления пива не содержала, соответственно была размещена с нарушением ч. 3 ст. 22 Закона «О рекламе».

В связи с вступлением в силу изменений внесенных Федеральным законом от 18.07.2011 № 218-ФЗ статья 22 Федерального закона «О рекламе» с 23.07.2012 утратила силу.

На момент принятия решения по данному делу размещение рекламы пива регулируется нормами ст. 21 Федерального закона «О рекламе» (реклама алкогольной продукции).

Согласно п. 1 ч. 2 и ч. 3 ст. 21 Закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции: не должна размещаться на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов; 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).

Таким образом, на момент принятия решения рассматриваемая рекламная информация подпадает под регулирование норм ст. 21 и содержит нарушение п. 1 ч. 2 и ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

Согласно части 7 статьи 38 Закона ответственность за нарушение требований п. 1 ч. 2 и ч. 3 ст. 21 несет рекламодатель. Рекламодателем в данном случае является ООО «Бизнес Класс», поэтому нарушение действующего рекламного законодательства произошло по его вине.

Так как статья носила разовый характер и в настоящий момент не распространяется, Комиссия решила предписание о прекращении нарушения действующего рекламного законодательства не выдавать.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Согласно ст. 2.4 Кодекса РФ об административных правонарушениях должностное лицо подлежит административной ответственности в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей. Должностным лицом ООО «Бизнес Класс» является директор <...>.

Комиссия считает необходимым привлечь <...> к административной ответственности.

Руководствуясь ст. 3, ст. 21, ст. 22, ст. 33, ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

### **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу, размещенную в журнале «Бизнес класс Киров» за сентябрь 2011: «Скоро открытие. Пивной ресторан «Райком», Большевики, 18 а, vyatichbar.ru», содержащей фотографии внутреннего интерьера ресторана», так как она противоречит требованиям п. 1 ч. 2 и ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».
2. Признать ООО «Бизнес Класс», нарушившим п. 1 ч. 2 и ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».
3. ООО «Бизнес Класс» предписание об устранении нарушения рекламного законодательства не выдавать.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Кировского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 КоАП РФ, в отношении директора ООО «Бизнес Класс».

Решение изготовлено в окончательной форме 17.08.2012 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном ст. 198 АПК РФ.