

РЕШЕНИЕ

по делу № 13-03-21-02/320

30 января 2014г.

г. Волгоград

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

| | |
|-----------------------|---|
| Председатель Комиссии | заместитель руководителя Управления – Никуйко Ирина Борисовна, |
| Члены Комиссии | - заместитель начальника отдела – Алимova Елена Владимировна, - государственный инспектор – Краснова Татьяна Олеговна, |

рассмотрев дело № 13-03-21-02/320, возбужденное по признакам нарушения ч. 7 ст. 5, ст. 9, ч. 2.1. ст. 21 ФЗ РФ от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (ФЗ «О рекламе») в отношении ООО «Эм Эм Би», ООО «Прайм Медиа», ЗАО «САБМиллер РУС» (правопреемником является ЗАО «Пивоварня Москва-Эфес»), ООО «МедиаСелекшн»,

лица, участвующие в деле, на заседание Комиссии Волгоградского УФАС России не явились, о времени и месте рассмотрения дела уведомлены надлежащим образом, от ЗАО «Пивоварня Москва-Эфес» в адрес Комиссии Волгоградского УФАС России поступило ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие представителя Общества,

УСТАНОВИЛА:

Специалистами Волгоградского УФАС России по собственной инициативе был проведён мониторинг рекламы в ТРК «Парк Хаус» (г. Волгоград, б-р 30-летия Победы, 21), по результатам которого составлен акт № 74-Р от 11.06.2013г.

В ходе мониторинга было выявлено следующее: в помещении торгово-развлекательного комплекса «Парк Хаус» над центральным траволатором галереи нулевого уровня, над салоном связи «Мегафон», на подвесном баннере размещена реклама пива «Kozel» с использованием изображения бутылки пива «Kozel» со следующим содержанием: «Подарки. День рождения отмечает, а подарки Вам вручает». Под этим текстом, выполненным крупным шрифтом, нанесена выполненная заметно более мелким шрифтом надпись об организаторе акции. Реклама содержит предупреждение «Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью». Указанная реклама размещена с двух сторон

описываемого подвесного баннера.

В соответствии с п.1 ст. 3 ФЗ «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.

Рассматриваемая информация является рекламой, поскольку отвечает всем квалифицирующим признакам, предусмотренным п. 1 ст. 3 ФЗ «О рекламе». Объектом рекламирования выступает не только пиво марки «Kozel», но и акция, приуроченная к событию компании: «Kozel. День рождения отмечает...».

Определением от 26 июля 2013г. возбуждено дело № 13-03-21-02/320 по признакам нарушения ч.7. ст. 5, ст. 9, ч. 2.1. ст. 21 ФЗ «О рекламе» в отношении ООО «Эм Эм Би», ООО «Прайм Медиа», ЗАО «САБМиллер РУС».

Определением от 28.08.2013г. производство по делу № 13-03-21-02/320 было приостановлено до окончания рассмотрения дела, возбужденного по признакам нарушения законодательства о рекламе Московским областным УФАС России.

Вместе с тем 01.10.2013г. за вх. № 6598 в адрес Волгоградского УФАС России поступило письмо ФАС России от 18.09.2013г. за исх. № АК/36517/13 о наделении Управления Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области полномочиями по рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе в отношении ООО «Эм Эм Би», ООО «Прайм Медиа».

Кроме того от Московского областного УФАС России в адрес Волгоградского УФАС России поступили дополнительные сведения, в том числе фотография рассматриваемой Московским областным УФАС России рекламы. Рассмотрев представленные материалы, председатель Комиссии Волгоградского УФАС России пришел к выводу о том, что выводы по делу, возбужденному Московским областным УФАС России не будут иметь значение для рассмотрения дела № 13-03-21-02/320 по существу, поскольку территориальным органом ФАС по Московской области фактически оценивается иная реклама, выполненная на объемной рекламной конструкции.

В адрес Комиссии Волгоградского УФАС России поступили сведения от ЗАО «Пивоварня Москва-Эфес» о том, что данное юридическое лицо является правопреемником ЗАО «САБМиллер РУС» (подтверждающие документы приложены, в том числе лист записи ЕГРЮЛ о реорганизации юридического лица в форме присоединения к нему другого юридического лица).

В соответствии с ч. 2 ст. 58 Гражданского кодекса Российской Федерации при присоединении юридического лица к другому юридическому лицу к последнему переходят права и обязанности присоединенного юридического лица в соответствии с передаточным актом.

Кроме того, ЗАО «Пивоварня Москва-Эфес» указало, что изготовление и размещение рассматриваемых Комиссией антимонопольного органа рекламных материалов осуществлялось по поручению Общества компанией ООО

«МедиаСелекшен» в соответствии с договором № 333/03-09 от 16.03.2009г. В соответствии с приложением № 06/1 от 12.04.2013г. к договору последнее обязалось оказать комплекс услуг по организации рекламной кампании для товарного знака ЗАО «САБМиллер Рус», сторонами было согласовано размещение и демонстрации РИМ по адресной программе. Стороны договора № 333/03-09 от 16.03.2009г. согласовали рекламные оригиналы макеты в двух видах: «Нестандартный подвес «Колесо» и «Подвесная конструкция «Флаг».

С учётом данных обстоятельств определением от 20.12.2013г. к участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе был привлечен рекламораспространитель ООО «МедиаСелекшн» (119435, г. Москва, Большой Саввинский пер., д. 12., стр. 18), произведена замена лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе: ЗАО «САБМиллер РУС» на ЗАО «Пивоварня Москва-Эфес» (ОГРН 1027739172042).

В рамках рассмотрения дела от лиц, участвующих в деле, поступили письменные объяснения по факту, послужившему основанием для возбуждения дела.

Так, ООО «Эм Эм Би» считает, что производство по делу подлежит прекращению в связи с отсутствием нарушения законодательства о рекламе, указав на следующие обстоятельства:

- требования к размещению рекламы в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, установлены Законом о рекламе только в отношении алкогольной продукции с содержанием этилового спирта 5 и более процентов объема готовой продукции (ч. 2.1. ст. 21 ФЗ «О рекламе»).

В рассматриваемом случае, как указывает Общество, объектом рекламирования выступало пиво «Velkororovický Kozel» светлое с содержанием этилового спирта 4 %, что составляет менее 5 %.

- в силу ст. 9 ФЗ «О рекламе» в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (стимулирующее мероприятие), должны быть указаны: сроки проведения такого мероприятия - присутствуют в спорной рекламе, источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого-мероприятия, сроках, месте и порядке их получения. Общество считает, что наличие в рекламе даже мелким шрифтом указанных сведений свидетельствует о соблюдении требований ст. 9 ФЗ «О рекламе».

- в соответствии с заключенным договором на оказание услуг №О/В-03/13 от 21 мая 2013 г. ООО «ЭМ ЭМ БИ» (Исполнитель) по заданию Заказчика (ООО «Прайм Медиа») оказало услуги по предоставлению места для установки и эксплуатации объекта рекламы и информации, а на основании заключенного с ООО «Прайм Медиа» договора возмездного оказания услуг № К/В-07/13 от 22 мая 2013 г. осуществило монтаж и демонтаж баннера.

Согласно и. 4.5. договора на оказание услуг № О/В-03/13 от 21 мая 2013 г. Заказчик несет полную ответственность за информацию, размещенную на распространяемой продукции, в соответствии с законодательством РФ и за соблюдение требований ФЗ «О рекламе».

Т.О., как указывается в письменных объяснениях, ООО «Эм Эм Би» является ненадлежащим субъектом ответственности, а именно за нарушение требований ч. 7 ст. 5 в силу ч. 6-7 ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность рекламодателя, в качестве которого и выступало Общество в рассматриваемых Комиссией обстоятельствах, не предусмотрена.

ООО «Прайм Медиа» также считает, что в его действиях не содержится признаков нарушения ч. 7 ст. 5. ст. 9 и ч. 2.1. ст. 21 ФЗ «О рекламе». При этом Общество обратило внимание Комиссии Волгоградского УФАС России на следующее:

- по договору от 21 мая 2013 года № О/В-03/13, заключенному с ООО «Эм Эм Би», ООО «Прайм Медиа» является заказчиком услуг. В соответствии с приложением № 1 к указанному была размещена подвесная конструкция «Флаг» в атриуме торгово-развлекательного комплекса «Парк Хаус», расположенного по адресу г.Волгоград, ул. Бульвар 30 лет Победы, дом 21. Размеры флага 3м x 4м. Дата оказания услуг с 01.06.2013 года по 30.06.2013 года.

- ООО «Прайм Медиа» не является заказчиком рекламы пива «Велкопоповицкий козел Светлое». Оно выполняло посреднические функции, являясь исполнителем по договору с ООО «Маркетинг Система», на медийное размещение и техническое изготовление рекламных конструкций «Kozel».

- непосредственным рекламодателем рассматриваемой Комиссией антимонопольного органа рекламы является, как указывает ООО «Прайм Медиа», изготовитель данного пива ООО «САБМиллер РУС». Все тексты и макеты рекламы были предоставлены рекламодателем.

В задачу ООО «Прайм Медиа» входило заключение договора на размещение с собственниками мест или агентствами, имеющими эксклюзивные права на размещение рекламы.

- согласно техническим условиям рекламируемое пиво «Велкопоповицкий козел» Светлое» имеет объёмную долю спирта 4,0 %. На основании изложенного Общество делает вывод о том, что рассматриваемая реклама не попадает под действие ч.2.1. ст. 21 ФЗ «О рекламе».

Также ООО «Прайм Медиа» указало на то, что проводимая акция не являлась стимулирующим мероприятием и требования ст. 9 Закона о рекламе на данную акцию не распространяются. Акция, согласно представленных письменных объяснений, представляла собой два этапа гарантированного получения подарков. Розыгрыша призов или получения призов путем случайного выбора победителя в акции не было.

Обществом представлено описание рекламируемой акции: первый этап - за регистрацию 8 кодов участник получает возможность послать в подарок другу бутылку (банку) пива «Велкопоповицкий Козел светлое», за регистрацию

следующих 20 кодов - первую кружку, за следующие 20 кодов - вторую кружку, следующие 20 кодов - третью кружку; второй этап - за первые 20 кодов - футболка, за следующие 20 кодов - поло, за следующие 20 - толстовка, т.е. участник гарантировано получает право подарить пиво другу и получить 6 подарков (3 кружки и 3 вещи).

В письменных объяснениях ЗАО «Пивоварня Москва-Эфес» (правопреемника ЗАО «САБМиллер РУС») от 16.12.2013г. представлена позиция, подтверждающая обстоятельства, изложенные иными участвующими в деле лицами.

Изучив имеющиеся материалы дела, выслушав доводы сторон, Комиссия Волгоградского УФАС России установила следующее.

ЗАО «Пивоварня Москва-Эфес» является правопреемником ЗАО «САБМиллер РУС» (см. изменения в Устав № 3 ЗАО «Пивоварня Москва-Эфес»). В период с 01.06.2013 года по 30.06.2013 года Общество осуществляло размещение рекламных материалов пивного напитка «Велкопоповицкий Козел» («Velkororovický Kozel») на территории Торгово-развлекательного Центра Парк Хаус (г. Волгоград, просп. Победы).

Изготовление и размещение вышеуказанных рекламных материалов осуществлялось по поручению Общества компанией ООО «МедиаСелекшен» в соответствии с условиями договора № 333/03-09 от 16.03.2009г., приложения № 06/1 и технического задания № 1 к нему от 12.04.2013 года.

Объемная доля спирта в пивном напитке «Велкопоповицкий Козел Светлое» составляет 4,0%, «Велкопоповицкий Козел Тёмное» - 3,7%, что подтверждается ТУ 9184-018-48354931-2012 от 03.04.2012г. и ТУ 9184-048-48354931-2012 от 03.04.2012 (копии документов приобщены к материалам дела). Также Комиссии Волгоградского УФАС России в качестве доказательств представлены две пустые бутылки пива «Велкопоповицкий Козел Светлое» и «Велкопоповицкий Козел Тёмное» с этикетками с указанием сведений об объёмной доле спирта.

Требование о размещении рекламы пива только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов, распространяется на алкогольную продукцию с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции (ч. 2.1 ст. 21 ФЗ «О рекламе»). Сведениями о том, что продукция под товарным знаком «Velkororovický Kozel» производится крепостью более 5%, Комиссия антимонопольного органа на момент рассмотрения дела не обладает. Размещение рекламных материалов осуществлялось внутри помещения торгового-развлекательного центра, что не противоречит ограничениям, установленным ч. 2.1. ст. 21 ФЗ «О рекламе».

С учётом изложенного Комиссия Волгоградского УФАС России пришла к выводу об обоснованности доводов сторон об отсутствии в рассматриваемой рекламе пива «Velkororovický Kozel» признаков нарушения ч. 2.1 ст. 21 ФЗ «О рекламе».

Относительно условий рекламируемой акции «День рождения отмечаем, а подарки Вам вручаем», изучив Условия проведения рекламной Акции «Велкопоповицкий козел «Друзьям – подарки!» (далее также Условия), Комиссия Волгоградского УФАС России установила следующее.

В пункте 2.1 Условий предусмотрено, что спонсором (рекламодателем) является ЗАО «САБМиллер РУС». Условиями предусмотрен способ заключения договора с участником акции (п. 10), а именно:

- чтобы стать участником акции необходимо: зайти на сайт www.kozel.ru, подтвердить свой возраст, зарегистрироваться для участия в акции, получить и активировать уникальные коды, одним из

предусмотренных организатором акции способов; в случае корректного заполнения регистрационной формы участник считается зарегистрированным и получает возможность продолжения активации уникальных кодов.

- для получения и активации уникальных кодов необходимо: купить любой из товаров, перечисленных в п. 7 Условий, зайти на сайт www.kozel.ru, войти в личный кабинет, ввести промо-код, напечатанный под крышкой или ключом купленного товара с промо-этикеткой, в разделе «Регистрация кода»; пригласить 4х (четырёх) друзей для участия в Акции (регистрация и активация минимум одного кода с бутылки/банки промо-продукта другом участника) с 1 июня 2013 г. до 31 октября 2013 г., каждый участник акции имеет возможность получить 1 дополнительный код за весь период Акции, путем приглашения к участию в акции 4х (четырёх) своих друзей.

- Условиями предусмотрены поэтапные шаги приглашения друга для участия в Акции. Так, с момента отправки ссылок до 31 октября 2013г. друзья должны зарегистрироваться на сайте и активировать минимум 1 промо-код с продукта каждый. Участник получает 1 код за всех 4х зарегистрировавшихся друзей. В случае, если все 4 друга не успели зарегистрироваться и активировать 1 код с промо-продукта до 31 октября 2013 г. включительно, Участник не получает код. После накопления 8 кодов, участник получает возможность отправить подарок другу, указанный в п. 9.1. Условий, путем заполнения формы регистрации Друга. За отправку 1 (одного) подарка и накопления дополнительных 20 кодов путем регистрации уникальных кодов на сайте www.kozel.ru участник Акции получает 1 (один) Приз; с накоплением следующих 20 кодов – следующий приз.

После накопления, необходимого для заказа Приза, количества кодов и выбора на сайте удобной ему даты и ЦВП, в котором участник собирается забрать свой приз, участник Акции должен самостоятельно прийти в центр выдачи призов, и забрать свой Приз в течение 30 дней после указанной им даты.

- Условиями установлен также порядок вручения подарков, указанных в п. 9.1. Условий, друзьям участника Акции.

На сайте «<http://kozol-promo.com/index/rulez/>» в виде схемы кратко изложены следующие правила Акции: 1 шаг: покупай пиво в промо-упаковке; 2 шаг: регистрируй коды из-под крышек бутылок и ключей банок на сайте; 3 шаг: накопи 8 кодов и отправь пиво другу; 4 шаг: накопи еще 20 кодов и получи ценный приз для себя.

Т.О., как указало ООО «Прайм Медиа», рекламируемая акция не являлась стимулирующим мероприятием применительно к ст. 9 ФЗ «О рекламе». В соответствии с п. 27 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального

закона «О рекламе» нормы [статьи 9](#) ФЗ «О рекламе» применяются к стимулирующим мероприятиям, условием участия в которых является приобретение определенного товара и которые проводятся на конкурсной основе с розыгрышем призов или получением выигрышей.

С учётом изложенного Комиссия Волгоградского УФАС России пришла к выводу об обоснованности доводов ООО «Прайм Медиа» об отсутствии в рассматриваемой рекламе акции от ЗАО «САБМиллер РУС» признаков нарушения ст. 9 ФЗ «О рекламе».

Относительно выявленных признаков нарушения ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе» в рамках рассмотрения дела Комиссией антимонопольного органа были сделаны следующие выводы.

Исходя из Условий проведения Акций, одной из целей ее проведения является стимулирование продажи пива марки «Велкопоповицкий козел» (накопи 8 баллов – отправь подарок другу накопи 20 баллов – получи ценный приз, баллы накапливаются за счет регистрации кодов, указанных на пробках от пива «Kozel»).

Однако подарки вручаются только при определенном количестве накопленных баллов, при соблюдении ряда неукоснительных правил, отступление от которых влечёт за собой «сгорание» накопленных баллов. Кроме того, как указано в Условиях, Акция делится на два периода, отличающихся друг от друга призовым фондом. Срок первого периода: с 1 июня 2013 г. до 15 августа 2013г.; срок второго периода: с 16 августа 2013 г. до 25 декабря 2013г. Кроме того, организаторами акции предусмотрены сроки регистрации уникальных кодов с 1 июня 2013 г. до 31 октября 2013 г., сроки выдачи подарков Акции через курьерскую доставку с 15 июня 2013 г. по 15 августа 2013г., сроки выдачи подарков и призов Акции через ЦВП с 15 июня 2013 г. по 15 ноября 2013 г., сроки выдачи Призов Акции через Почту России с 25 июня по 25 декабря 2013г., сроки заказа призов и подарков (п. 5.7 -5.9 Условий). Предусмотрена также территория проведения акции, территория, на которой возможна доставка подарков курьерской службой и получение участниками Акции призов и подарков Акции, указанных в п. 9.2. и п.9.3. Условий (указаны города России).

Распространение рекламы акции направлено на формирование у потребителя желания принять участие в ней. Вследствие этого существенной является не только информация привлекательная для потребителя («Подарки Вам вручает!»), но и информация способная обмануть ожидания, сформированные такой рекламой.

Одной из целей ФЗ «О рекламе» является реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы (ст. 1 ФЗ «О рекламе»). Закон направлен на предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Регулирование отношений, возникающих в сфере распространения рекламы имеет своей целью обеспечение эффективного баланса интересов потребителей рекламы и заказчиков рекламы, рекламопроизводителей и рекламораспространителей.

Реклама является своеобразным ориентиром, при помощи которого потребитель сможет принять правильное решение и выбрать правильное направление в поиске

нужного товара.

Кроме нормативно-правовых актов, обязательных для исполнения практически в любой сфере деятельности, в том числе и в рекламной, существуют общепризнанные нормы, не являющиеся законодательными, но тем не менее принимаемые как основа корректного поведения в данной области. Таким является Международный кодекс рекламной практики Международной торговой палаты.

Международный кодекс рекламной практики Международной торговой палаты подразумевает следование не только своей букве, но и духу. В документе определены основные принципы рекламной деятельности:

- 1) вся реклама должна быть законной, пристойной, честной и достоверной;
- 2) всякая реклама должна разрабатываться с высокой степенью ответственности перед обществом и соответствовать принципам добросовестной конкуренции, общепринятым в коммерческой деятельности;
- 3) никакая реклама не должна дискредитировать рекламную деятельность в глазах общества.

Международный кодекс рекламной практики Международной торговой палаты содержит основные правила, соблюдение которых, по мнению Международной торговой палаты, должно обеспечить справедливый баланс между интересами коммерческих организаций и потребителей. В частности, в данном документе указано, что реклама не должна злоупотреблять доверием потребителя и недостатком у него опыта или знаний.

Как указано в письменных объяснениях ЗАО «Пивоварня Москва-Эфес» от 16.12.2013г., информацию об организаторе мероприятия, правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения можно узнать на сайте www.kozel.ru или по телефону горячей линии 8-800-333-98-83. В подвесной конструкции «Флаг» надпись была нанесена в нижней части макета над предупреждающей надписью о вреде чрезмерного потребления алкоголя.

В соответствии с п. 28 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда РФ от 08.10.2012 г. за № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», при рассмотрении дел о привлечении лиц к административной ответственности, предусмотренной статьей 14.3 КоАП РФ, за размещение рекламы, в которой отсутствует часть необходимой информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования судом, в т.ч. оценивается шрифт (кегель), цветовая гамма, место расположения, конструкция рекламного материала и т.д. При этом, оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Как подтвердило ЗАО «Пивоварня Москва-Эфес», в соответствии с Техническим заданием № 1 к приложению № 06/1 от 12.04.2013 и фотографиями рекламных материалов, конструкция «Флаг» представляет собой тканевую основу с двусторонним размещением информации с металлическими трубками по

верхнему и нижнему краям конструкции и тросовым подвесом с флагами. Очевидно, как указало Общество, что информация на «Флаге» предназначена для восприятия из определенных точек пространства торгового центра (места размещения). Рекламная конструкция «Флаг», размещенная в ТРЦ Парк Хаус (г. Волгоград), находилась на высоте среднего уровня здания, и была предназначена для восприятия потребителями, находившимися на среднем уровне в одной из двух диаметрально расположенных точек, соответствующих торговым аллеям (см. объяснения ЗАО «Пивоварня Москва-Эфес» от 16.12.2013г.)

Однако, исходя из понятия рекламы, она предназначена для распространения среди неопределенного круга лиц, в связи с чем вся информация должна быть доступна для всех потребителей при ознакомлении с рекламой без специальных усилий и применения специальных средств.

В соответствии с письмом Федеральной антимонопольной службы от 05.04.2007 г. № АЦ/4624 в рамках понятия рекламы, установленного ст. 3 ФЗ «О рекламе» под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

В рассматриваемом случае привлекательная информация для потребителей («Подарки вручает!») выполнены контрастным по отношению к общему фону цветом, крупным по размеру шрифтом. Для столь же необходимой информации, являющейся существенной для потребителя для принятия решения об участии в акции, выбрана иная цветовая гамма, а также размер, делающий текст со сведениями об источнике информации об условиях и сроках акции не доступным для восприятия потребителя.

Как указывает ЗАО «Пивоварня Москва-Эфес», законодателем не закреплено требований к размеру шрифта, применяемого в рекламе. В соответствии с постановлением Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые [Законом](#) к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

Ввиду изложенного в случае, если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования ([часть 7 статьи 5 Закона о рекламе](#)).⁽¹⁾

В соответствии с подп. 5 ст. 3 ФЗ «О рекламе» рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно имеющимся материалам дела, рекламодателем рассматриваемой рекламы акции, приуроченной к дню рождения компании, являлось ЗАО «САБМиллер РУС» (правопреемником которого является ЗАО «Пивоварня Москва-Эфес»).

В соответствии с п. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе» рекламодатель несёт ответственность за нарушение требований, установленных [частями 2 - 8 статьи 5](#) ФЗ «О рекламе».

Рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных [пунктом 3 части 4, частями 9, 10, 10.1 и 10.2 статьи 5, статьями 7 - 9, 12, 14 - 18, частями 2 - 6 статьи 20, частями 2 - 4 статьи 21, частями 2 - 4 статьи 23, частями 7, 8 и 11 статьи 24, частями 1 - 5 статьи 26, частями 2 и 5 статьи 27, частями 1, 4, 7, 8 и 11 статьи 28, частями 1, 3, 4, 6 и 8 статьи 29](#) ФЗ «О рекламе».

В соответствии с п. 4 ст. 3 ФЗ «О рекламе», не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Рассматриваемая реклама «Kozel. Подарки. День рождения отмечает, а подарки Вам вручает. Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью», распространявшаяся в июне 2013г. на территории торгово-развлекательного комплекса «Парк Хаус» (г. Волгоград) на подвесной конструкции («Флаг») является ненадлежащей, поскольку распространялась с нарушением требований ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

Признаки нарушения законодательства о рекламе в действиях ООО «Эм Эм Би», ООО «Прайм Медиа», ООО «МедиаСелекшн» в рамках рассмотрения дела № 13-03-21-02/320 не подтвердились.

Срок проведения рекламируемой акции составил 1 июня 2013 г. - 25 декабря 2013 г. На момент рассмотрения дела Комиссией антимонопольного органа 17.01.2014г. реклама акции не распространялась.

В связи с изложенным Комиссия Волгоградского УФАС России приходит к выводу об отсутствии оснований для выдачи ЗАО «Пивоварня Москва-Эфес» предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

Руководствуясь п. 1 ч. 2 ст. 33, ч.1 ст.36 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 рекламу пива и проводимой акции «Kozel. Подарки. День рождения отмечает, а подарки Вам вручает. Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью», распространявшуюся в июне 2013г. на территории торгово-развлекательного комплекса «Парк Хаус» (г. Волгоград) на подвесной конструкции («Флаг») ненадлежащей, нарушающей требования ч. 7 ст. 5 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе отсутствуют.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Волгоградского УФАС России для возбуждения дел об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Резолютивная часть решения оглашена 17 января 2014г. Решение изготовлено в полном объеме 30 января 2014г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном ст. 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

[\[1\]](#) П. 28 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»