

**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ**

148, г. Тюмень, ул. Холодильная, 58а
5

тел. 50-

РЕШЕНИЕ №Р17/05-21

21.06.2017 г.

г. Тюмень

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

Председатель Комиссии:	<...>	- заместитель руководителя управления;
Члены Комиссии:	<...>	- главный специалист- эксперт отдела КСЗ;
	<...>	- ведущий специалист- эксперт отдела КСЗ,

рассмотрев дело № Р17/05-21, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

в отсутствие представителя <...> (извещен надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

Тюменским УФАС России в соответствии со статьей 33 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.06 №38-ФЗ (далее - Закон о рекламе), в соответствии с Положением о государственном надзоре в области рекламы, утвержденным постановлением Правительства РФ № 1346 от 20.12.2012 г., в рамках реализации полномочий антимонопольного органа по государственному надзору за соблюдением законодательства РФ о рекламе был выявлен факт размещения рекламы, в которой содержатся признаки нарушения требований рекламного законодательства на фасаде здания по адресу г. Тюмень ул. Фабричная, д. 1, следующего содержания: «П» сеть добродушных магазинов мы вам рады добро пожаловать 18 сортов пенного самые дешевые сами знаете что натуральный лимонад квас Экономьте с «П» Незамерзайка 129 99 90 Вода питьевая 29 24 90 Масло «Олейна» 104 89 90 корм «Киттекот» 15 11 90 Самые дешевые сами – знаете - что» с изображением бочки с руками, ногами, глазами, ртом, носом, а так же пачки прямоугольной формы бело красного цвета.

Определением №Р17/05-21 от 16.01.2017г. было возбуждено дело №Р17/05-21 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Комиссия, исследовав имеющиеся материалы дела, пришла к следующим выводам.

Согласно статье 3 Закона о рекламе, *рекламой* является 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; *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; *ненадлежащая реклама* - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Независимо от формы или используемого средства распространения, реклама должна быть распознаваема без

специальных знаний или без применения технических средств непосредственно в момент ее представления именно как реклама.

Таким образом, признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, сформировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

В данной рекламе, распространяемой с использованием рекламной конструкции по адресу: г. Тюмень, ул. Фабричная, 1, информация направлена на привлечение внимания **потребителей** именно к **магазину разливных напитков «П», а так же непосредственно к продукции реализуемой данным магазином: «18 сортов пенного, натуральный лимонад, квас».**

Информация, размещенная на вышеуказанном баннерном панно, является рекламой, поскольку не только предоставляет информацию потребителю в соответствии с Законом о защите прав потребителей, но и своей манерой исполнения, и использованием определения товара (пенное) положительно характеризующего его, привлекательное по своим свойствам, способствует реализации товара.

Поскольку слова «лимонад» и «квас» не являются именами существительными среднего рода, а указанное в рекламе выражение употребляется в среднем роде, то, исходя из сложившейся практики реализации разливных напитков, указанное выражение относится к характеристикам пива и при этом способствует реализации товара.

Таким образом, информация, распространяемая с использованием рекламной конструкции по адресу: г. Тюмень, ул. Фабричная, 1, соответствует понятию, изложенному в ст. 3 Федерального закона «О рекламе» и **является рекламой, где объектом рекламирования, является магазин разливных напитков «П», а так же непосредственно сама продукция реализуемая данным магазином: «18 сортов пенного, натуральный лимонад, квас».**

Как следует из [части 1 статьи 5](#) Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются. Реклама является средством продвижения товаров, работ и услуг, а также самого изготовителя или продавца рекламируемого товара на определенном рынке. Вместе с тем способ, форма и средства

распространения соответствующей информации имеет существенное значение. Ненадлежащей рекламой согласно [подпункту 4 статьи 3](#) Закона «О рекламе» является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Актом осмотра от 09.11.2016г., установлено, что на фасаде дома по адресу г. Тюмень ул. Фабричная, д. 1 размещена информация следующего содержания: «П» сеть добродушных магазинов мы вам рады добро пожаловать 18 сортов пенного самые дешевые сами знаете что натуральный лимонад квас Экономьте с «П» Незамерзайка 129 99 90 Вода питьевая 29 24 90 Масло «Олейна» 104 89 90 корм «Киттекат» 15 11 90 Самые дешевые сами – знаете -что» с изображением бочки с руками, ногами, глазами, ртом, носом, а так же пачки прямоугольной формы бело красного цвета.

В соответствии с п. 16 Информационного письма Президиума ВАС РФ от 25.12.1998 № 37 «Обзор Практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе», информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

В соответствии с разъяснениями Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации, изложенными в [пункте 2](#) постановления от 01.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" 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.

Согласно Федеральному закону от 22.11.1995 N 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной 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, коньяк), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

[Пунктом 5 ч. 2 ст. 21](#) Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» предусмотрено, что 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.

Согласно ч. 4 ст. 2 Закона о рекламе, 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.

Указание рекламодателем сведений о реализуемом товаре, а именно: «пенного, свежего, вкусного, разливного», не являющихся обычаям делового оборота, либо информацией, раскрытие которой является обязательной в силу закона, но позволяющих идентифицировать объект рекламирования (товар, продавец товара), на который распространяются специальные требования и ограничения, расценивается антимонопольным органом как распространение рекламы продавца алкогольной продукции и его товара, следовательно, требования и ограничения, установленные Законом о рекламе, подлежат применению.

Распространяемая информация направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к продавцу алкогольной продукции: магазину разливных напитков «П», формирование и поддержание интереса у потенциального потребителя рекламы к объекту рекламирования и продвижение его на соответствующем товарном рынке.

Поскольку объектом рекламирования в данном случае является магазин разливных напитков «П» и реализуемый им товар (алкогольная продукция), то их реклама 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.

Кроме того, согласно ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе, реклама алкогольной продукции 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).

Вместе с тем, как установлено материалами дела (акт осмотра от 11.01.2016), реклама продавца алкогольной продукции не сопровождается предупреждением о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции

Кроме того, в соответствии с п. 8 ст. 7 Закона о рекламе, не допускается реклама табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок.

Вместе с тем, в спорной рекламе используется изображение предмета прямоугольной формы бело-красного цвета сопровождаемое следующими словами: «Самые дешевые сами – знаете – что». Учитывая форму изображения, цветовое оформление, а также сопровождающее выражение, создается впечатление рекламы конкретной марки сигарет «[М](#)».

Таким образом, рассматриваемая реклама, не соответствует требованиям [п. 5 ч. 2, ч. 3 ст. 21](#) Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», поскольку размещается с использованием технического средства стабильного территориального размещения (рекламная конструкция) и без сопровождения предупреждением о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции, а так же направлена на привлечение внимания к табачной продукции.

В соответствии с ч. 4 ст. 38 Закона «О рекламе», нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства РФ о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством РФ об административных правонарушениях.

В соответствии с ч. 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение п. 8 ст. 7, п. 5 ч. 2, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе несет как рекламодатель, так и рекламодатель, так и рекламодатель, так и рекламодатель.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона «О рекламе», рекламодатель – это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с п. 7 ст. 3 Закона «О рекламе», рекламодатель – это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Как установлено материалами дела, рекламодателем и рекламодателем выше указанной рекламы является ИП <...>. (<...>) как лицо, определившее объект рекламирования и осуществляющее распространение вышеуказанной рекламы.

Согласно [пункту 44](#) Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Вместе с тем, ответчиком не представлено документальных доказательств о прекращении размещения рекламы в нарушение требований рекламного законодательства.

На основании изложенного, Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи И П <...> предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42, 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу алкогольной продукции, распространяемой с использованием рекламной конструкции по адресу: г. Тюмень ул. Фабричная, д. 1, **ненадлежащей**, поскольку в ней нарушены требования п. 8 ст. 7, п. 5 ч. 2, ч. 3 ст. 21 Федерального закона от 13.03.06 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать И П <...> предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тюменского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель комиссии

<...>

Члены комиссии

<...>

<...>