

РЕШЕНИЕ

Резолютивная часть решения оглашена 7 февраля 2013 года.

В полном объеме решение изготовлено 13 февраля 2013 года. Великий Новгород

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Новгородской области по рассмотрению дел о нарушениях законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Лучников Р.В. – председатель Комиссии, заместитель руководителя – начальник отдела Управления;

Куриков И.А. – член Комиссии, главный специалист-эксперт Управления;

Терентьева А.В. – член Комиссии, специалист-эксперт Управления,

рассмотрев дело № 21 от 27.07.2012 по признакам нарушения Обществом с ограниченной ответственностью «Объединённые Пивоварни Хейнекен» (193230, Санкт-Петербург, ул. Тельмана, д. 24, литер А; далее – ООО «Объединённые Пивоварни Хейнекен») пункта 6 части 1 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» в редакции Федерального закона от 18.07.2011 № 242-ФЗ при распространении на рекламных конструкциях (щитах-билбордах) на территории Великого Новгорода рекламы пива,

УСТАНОВИЛА:

29.05.2012 в Новгородское УФАС России поступило заявление физического лица Г. о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении на территории Великого Новгорода на рекламных конструкциях (щитах-билбордах) рекламы пива (вх. №2994э от 29.05.2012 Новгородского УФАС России; далее – Заявление).

Из Заявления и дополнений к нему (вх. № 3821э от 02.07.2012, № 4043 от 10.07.2012 Новгородского УФАС России) следует, что в течение мая-июня 2012 года на рекламных конструкциях (щитах-билбордах), расположенных на территории Великого Новгорода в районе пересечения проспекта Корсунова и улицы Кочетова, а также проспекта Корсунова и проспекта Мира, распространялась реклама пива «Охота» и «Три медведя», нарушающая законодательство Российской Федерации о рекламе. При этом к Заявлению приложены фотографии вышеуказанных рекламных конструкций, с использованием которых распространялась реклама пива.

С целью получения и анализа дополнительных доказательств, необходимых для решения вопроса о наличии или отсутствии нарушений законодательства о рекламе по фактам, изложенным в Заявлении, инспекцией Новгородского УФАС России 25.06.2012 была проведена внеплановая выездная проверка соблюдения законодательства Российской Федерации о рекламе на территории Великого

Новгорода, по результатам которой составлен Акт № 6 от 25.06.2012. Проверка осуществлялась с применением цветного фотоаппарата Canon PowerShot A530.

В результате проведенной проверки и анализа полученных фотографий были установлены следующие факты.

На рекламной конструкции (щите-билборде), расположенной на уличной территории, прилегающей к дому 4 по проспекту Мира в Великом Новгороде (пересечение пр. Мира и пр. Корсунова), размещена реклама пива следующего содержания: «Новинка. На ароматном Жатецком хмеле. Три медведя «из пивницы». Сказка для взрослых». При этом текст рекламы сопровождается демонстрацией упаковки товара (бутылки пива «Три Медведя») со стилизованным изображением животных – медведей.

Кроме того, из приложенных к Заявлению материалов (фотографий рекламных конструкций) следует, что по состоянию на 29.06.2012 вышеуказанная реклама пива («Три медведя») также распространялась на рекламной конструкции (щите-билборде), расположенной на уличной территории, прилегающей к дому 47 корпус 1 по проспекту Корсунова в Великом Новгороде (пересечение пр. Корсунова и ул. Кочетова). Кроме того, на этой же рекламной конструкции (на другой стороне щита) по состоянию на 29.06.2012 размещалась реклама пива следующего содержания: «Охота Крепкое. Официальный спонсор чемпионата мира по хоккею. Крепость и выдержка. Мужчины понимают». При этом текст рекламы сопровождался демонстрацией части упаковки товара (бутылки пива «Охота Крепкое») со стилизованным изображением человека – мужчины в хоккейной амуниции с клюшкой в руках.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (далее – Закон 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 6 части 1 статьи 22 Закона о рекламе в редакции Федерального закона от 18.07.2011 № 242-ФЗ, действовавшей на момент распространения указанной рекламы (май-июнь 2012 года), реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

Учитывая изложенное, на момент возбуждения настоящего дела (27.07.2012) имелись все основания полагать, что в размещенной в мае-июне 2012 года на рекламных конструкциях (щитах-билбордах), расположенных на уличной территории, прилегающей к дому 4 по проспекту Мира в Великом Новгороде (пересечение пр. Мира и пр. Корсунова) и к дому 47 корпус 1 по проспекту Корсунова в Великом Новгороде (пересечение пр. Корсунова и ул. Кочетова), рекламе пива («Три медведя», «Охота Крепкое») имеются признаки нарушения пункта 6 части 1 статьи 22 Закона о рекламе, выразившиеся в использовании в рекламе пива образов людей и животных.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации,

является ненадлежащей. Ненадлежащая реклама не допускается.

Ответственность за нарушение законодательства о рекламе в данной части несет рекламодатель (часть 6 статьи 38 Закона о рекламе в редакции Федерального закона от 18.07.2011 № 242-ФЗ).

Для определения рекламодателя рассматриваемой ненадлежащей рекламы Новгородским УФАС России были сделаны запросы документов и информации, на которые были получены следующие ответы.

Из информации, представленной рекламодателем рекламы пива «Три медведя», размещенной на рекламной конструкции (щите-билборде), расположенной на уличной территории, прилегающей к дому 4 по проспекту Мира в Великом Новгороде (пересечение пр. Мира и пр. Корсунова) – Обществом с ограниченной ответственностью «Арсенал» (173001, Великий Новгород, ул. Великая, д. 11/10; далее – ООО «Арсенал») (исх. № 196 от 13.07.2012), следует, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является Общество с ограниченной ответственностью «Медиа Продакшн» (105318, г. Москва, ул. Вельяминовская, д. 6; далее – ООО «Медиа Продакшн»). Плакаты с изображением рассматриваемой рекламы для монтажа на рекламной конструкции были предоставлены рекламодателем. Между ООО «Арсенал» и ООО «Медиа Продакшн» был заключен договор, в рамках которого осуществлялось размещение (распространение) данной рекламы (Договор № 83-04 СР возмездного оказания услуг от 29.03.2011). В соответствии с пунктом 3.1 указанного договора Заказчик (ООО «Медиа Продакшн») обеспечивает передачу Исполнителю (ООО «Арсенал») Макета рекламного материала, который должен соответствовать требованиям законодательства Российской Федерации, регулирующего рекламную деятельность. Плательщиком по счетам № 1078 и № 1079 от 28.05.2012 за размещение данной рекламы также является ООО «Медиа Продакшн».

Из информации (вх. № 4237 от 17.07.2012 Новгородского УФАС России), представленной рекламодателем рекламы пива «Охота Крепкое», размещенной на рекламной конструкции (щите-билборде), расположенной на уличной территории, прилегающей к дому 47 корпус 1 по проспекту Корсунова в Великом Новгороде (пересечение пр. Корсунова и ул. Кочетова) – индивидуальным предпринимателем Шмелевым Алексеем Владимировичем (далее – ИП Шмелев А.В.), следует, что рекламодателем рассматриваемой рекламы также является ООО «Медиа Продакшн». Плакаты с изображением рассматриваемой рекламы для монтажа на рекламной конструкции были предоставлены рекламодателем. Распространение данной рекламы осуществлялось в рамках Договора № 11 от 31.03.2011, согласно Приложению № 4 от 25.04.2012 к которому реклама пива «Охота Крепкое» размещалась в мае-июне 2012 года и на других рекламных конструкциях (щитах-билбордах), расположенных на территории Великого Новгорода (пр. Мира, д. 30; ул. Державина – Б. Московская, ул. Державина – Колмовский мост, ул. Кочетова, д. 19; ул. Псковская, д. 48; ул. Б. Санкт-Петербургская, д. 77). Плательщиком по счетам № 204 от 02.05.2012 и № 244 от 02.06.2012 за размещение данной рекламы также является ООО «Медиа Продакшн».

Из информации (вх. № 5506э от 05.09.2012 Новгородского УФАС России), представленной ООО «Медиа Продакшн», следует, что размещение в мае и июне 2012 года на рекламных конструкциях (щитах-билбордах), расположенных на

территории Великого Новгорода, рекламы пива («Охота Крепкое», «Три Медведя») с использованием образа человека было осуществлено в рамках заключенного между ООО «Медиа Продакшн» и Обществом с ограниченной ответственностью «Аутдор Продактс» (119019, г. Москва, ул. Новый Арбат, д. 21; далее – ООО «Аутдор Продактс») Договора № 10-01/12 от 20.01.2012, согласно приложениям к которому распространению подлежали рекламные материалы клиента ООО «Аутдор Продактс» – ООО «Объединённые Пивоварни Хейнекен».

Таким образом, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Объединённые Пивоварни Хейнекен», а не ООО «Медиа Продакшн».

Из письменных объяснений по настоящему делу (вх. № 6411 от 12.10.2012 Новгородского УФАС России; далее – Объяснения), представленных ООО «Объединённые Пивоварни Хейнекен», следует, что рекламодателем рекламы пива («Охота Крепкое», «Три Медведя») с использованием образа человека, распространенной в мае-июне 2012 года на рекламных конструкциях (щитах-билбордах), расположенных на территории Великого Новгорода, действительно является именно ООО «Объединённые Пивоварни Хейнекен». При этом для распространения данной рекламы ООО «Объединённые Пивоварни Хейнекен» воспользовалось услугами рекламных агентств, в частности, Общества с ограниченной ответственностью «Медиа Плэннинг Групп» (119991, г. Москва, ул. Льва Толстого, д. 5/1, стр. 2) с которым ООО «Объединённые Пивоварни Хейнекен» заключен Агентский договор на медиа услуги от 31.12.2010, в рамках которого и распространялась рассматриваемая реклама.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодаделец – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В данном случае изготовителем рекламируемого товара и лицом, определившим содержание рекламы, является ООО «Объединённые Пивоварни Хейнекен».

Следовательно, рекламодателем рекламы, имеющей признаки ненадлежащей, является ООО «Объединённые Пивоварни Хейнекен».

Вместе с тем из Объяснений следует, что ООО «Объединённые Пивоварни Хейнекен» не согласно с тем, что рассматриваемая реклама пива «Три медведя» содержит в себе нарушение Закона о рекламе, а в отношении распространения рекламы пива «Охота Крепкое» настоящее дело подлежит прекращению по следующим основаниям.

В марте 2012 года в петербургском метрополитене распространялась реклама пива «Три медведя», на которой была изображена часть бутылки пива с нанесенным на нее образом человека (футболиста А. Аршавина). Данная реклама была выполнена с использованием тех же дизайнерских способов, что и рассматриваемая в рамках настоящего дела реклама пива «Охота Крепкое», то есть путем масштабирования изображения упаковки товара (бутылки).

По факту распространения данной рекламы пива «Три медведя» в петербургском метрополитене ООО «Объединённые Пивоварни Хейнекен» было привлечено к административной ответственности в результате рассмотрения УФАС по Санкт-Петербургу соответствующего дела по признакам нарушения законодательства о

рекламе и дела об административном правонарушении. В сентябре 2012 года ООО «Объединённые Пивоварни Хейнекен» оплатило штраф, наложенный УФАС по Санкт-Петербургу за распространение данной ненадлежащей рекламы.

Таким образом, ООО «Объединённые Пивоварни Хейнекен» считает, что рекламодатель рассматриваемой в рамках настоящего дела рекламы пива «Охота Крепкое» уже привлекался к ответственности по тому же основанию, то есть по факту распространения аналогичной рекламы пива на территории г. Санкт-Петербурга, что может служить основанием для прекращения рассмотрения настоящего дела.

После получения предписания УФАС по Санкт-Петербургу о прекращении нарушения законодательства о рекламе от 15.05.2012 ООО «Объединённые Пивоварни Хейнекен» произвел плановую замену макетов рекламы пива на соответствующие толкованию Закона о рекламе антимонопольными органами, соответствующие рекламные материалы были заменены на надлежащие.

Что касается рассматриваемой в рамках настоящего дела рекламы пива «Три Медведя», то, с учетом разъяснений, данных в письме ФАС России от 13.09.2012 № АК/29977 «О последних изменениях в требованиях к рекламе алкоголя» (далее – Разъяснения), указанная реклама не может считаться ненадлежащей.

Так, в Разъяснениях указано, что согласно [пункту 8 части 2 статьи 2](#) Закона о рекламе данный Закон не распространяется на любые элементы оформления товара, помещенные на товаре или его упаковке и не относящиеся к другому товару.

При этом необходимо учитывать, что реклама алкогольной продукции может выражаться не только в демонстрации самого товара, но и в демонстрации отдельных элементов его упаковки или средств индивидуализации данного товара, в том числе товарного знака.

По мнению специалистов ФАС России, из положений указанных норм в их системной связи следует, что запрет на использование образов людей и животных в рекламе алкогольной продукции не распространяется на демонстрацию в рекламе самого товара (банки, бутылки и пр.) в том виде, в котором он представлен на рынке, в том числе с использованием на этикетке данного товара изображений людей или животных, товарных знаков, содержащих такие изображения. Также запрет не распространяется на сообщение названия алкогольной продукции, наименования ее производителя (включая указание доменного имени в сети Интернет, содержащее данное название, наименование в латинице), в том числе если такое название, наименование одновременно является обозначением человека или животного.

Вместе с тем, демонстрация в рекламе алкогольной продукции товарного знака в виде изображения людей/животных или части упаковки (бутылки, банки) алкогольной продукции с использованием образа человека/животного должно рассматриваться как нарушение Закона о рекламе.

Таким образом, ООО «Объединённые Пивоварни Хейнекен» считает, что распространение на территории Великого Новгорода рекламы пива «Три Медведя» с изображением целой упаковки товара (бутылки) с представленными

на ней образами животных (медведей) не содержит в себе нарушения пункта 6 части 1 статьи 22 Закона о рекламе, в связи с чем данная реклама не является ненадлежащей.

Учитывая вышеизложенное, с целью полного, объективного и всестороннего рассмотрения настоящего дела по признакам нарушения законодательства о рекламе Комиссия Новгородского УФАС России на основании абзаца второго пункта 35 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, определением от 16.10.2012 приостановила производство по настоящему делу до получения заключения специалиста ФАС России по вопросу о наличии признаков нарушения законодательства о рекламе в рекламе пива («Охота Крепкое», «Три Медведя»), являющейся предметом рассмотрения по данному делу, с учетом позиции, выраженной в Разъяснениях.

11.12.2012 в Новгородское УФАС России поступило письмо ФАС России от 26.11.2012 исх. № АК/38988/12, в соответствии с которым на основании пункта 6 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, ФАС России наделила Новгородское УФАС России полномочиями по рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства о рекламе в отношении ООО «Объединённые Пивоварни Хейнекен» по факту распространения в мае-июне 2012 года на территории Великого Новгорода рекламы пива «Охота Крепкое», одновременно отказав в наделении полномочиями по рассмотрению дела в отношении ООО «Объединённые Пивоварни Хейнекен» по факту распространения в мае-июне 2012 года на территории Великого Новгорода рекламы пива «Три медведя».

В связи с устранением обстоятельств, вызвавших приостановление производства по делу, определением от 31.01.2013 производство по настоящему делу по признакам нарушения законодательства о рекламе было возобновлено, рассмотрение дела было назначено на 07.02.2013 в 14 часов 30 минут.

06.02.2013 в Новгородское УФАС России поступили дополнительные объяснения ООО «Объединённые Пивоварни Хейнекен» по настоящему делу (исх. № 24/ю от 06.02.2013), в которых рекламодатель просит учесть тот факт, что Разъяснения были размещены на официальном сайте ФАС России в сети «Интернет» по адресу: www.fas.gov.ru 13.09.2012. До этого момента ООО «Объединённые Пивоварни Хейнекен» при распространении рекламы пива руководствовалось исключительно положениями Закона о рекламе (пунктом 8 части 2 статьи 2, пунктом 6 части 1 статьи 22), которые не содержали сведений о том, каким образом необходимо демонстрировать упаковку товара в рекламе, чтобы такая реклама не считалась ненадлежащей.

Также ООО «Объединённые Пивоварни Хейнекен» заявило ходатайство о рассмотрении настоящего дела по признакам нарушения законодательства о рекламе без участия его представителя (исх. № 23/ю от 06.02.2013).

Заинтересованные лица, привлеченные к участию в рассмотрении настоящего дела – ООО «Арсенал», ИП Шмелев А.В. – и заявитель – физическое лицо Г. – на

рассмотрение дела также не явились.

Исследовав материалы дела и оценив доводы ООО «Объединённые Пивоварни Хейнекен», Комиссия пришла к следующим выводам.

В течении мая-июня 2012 года на рекламной конструкции (щите-билборде), расположенной на уличной территории, прилегающей к дому 47 корпус 1 по проспекту Корсунова в Великом Новгороде (пересечение пр. Корсунова и ул. Кочетова), а также на иных рекламных конструкциях (щитах-билбордах), расположенных на территории Великого Новгорода (пр. Мира, д. 30; ул. Державина – Б. Московская, ул. Державина – Колмовский мост, ул. Кочетова, д. 19; ул. Псковская, д. 48; ул. Б. Санкт-Петербургская, д. 77) размещалась реклама пива «Охота Крепкое», в которой текстовое содержание («Охота Крепкое. Официальный спонсор чемпионата мира по хоккею. Крепость и выдержка. Мужчины понимают») сопровождалось демонстрацией части упаковки товара (бутылки пива «Охота Крепкое») со стилизованным изображением человека – мужчины в хоккейной амуниции с клюшкой в руках.

При этом, в отличие от распространявшейся одновременно рекламы пива «Три Медведя» с изображением упаковки товара (бутылки пива) в полном объеме, а не какой-то ее определенной части, в данной рекламе пива «Охота Крепкое» была продемонстрирована именно та часть упаковки товара (бутылки пива), на которой нанесено стилизованное изображение человека; при этом, учитывая внешний вид этого человека (мужчина в хоккейной амуниции с клюшкой в руках), его образ очевидно ассоциируется с игроком в хоккей с шайбой, что в сочетании с текстом рекламы привлекает внимание потребителей к тому факту, что производитель рекламируемого товара (пива «Охота Крепкое») является спонсором спортивного соревнования (Чемпионата мира по хоккею с шайбой 2012 года). То есть использование образа человека в рассматриваемой рекламе допущено намеренно и направлено на донесение до потребителей определенной информации о рекламируемом товаре, способствующей его продвижению на рынке.

Учитывая изложенное, распространенная в мае-июне 2012 года на территории Великого Новгорода реклама пива «Охота крепкое», в которой продемонстрирована часть упаковки товара с изображением человека, содержит в себе нарушение пункта 6 части 1 статьи 22 Закона о рекламе, выразившееся в использовании в рекламе пива образов людей.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей. Ненадлежащая реклама не допускается.

Собранные по делу доказательства и установленные обстоятельства свидетельствуют о том, что нарушение пункта 6 части 1 статьи 22 Закона о рекламе при распространении вышеуказанной ненадлежащей рекламы содержится в действиях лица, определившего ее содержание, то есть рекламодателя данной ненадлежащей рекламы – ООО «Объединённые Пивоварни Хейнекен».

Доводы ООО «Объединённые Пивоварни Хейнекен» о возможности прекращения рассмотрения настоящего дела по причине привлечения ООО «Объединённые Пивоварни Хейнекен» к ответственности другим антимонопольным органом – УФАС

по Санкт-Петербургу – за совершение такого же нарушения Закона о рекламе (пункта 6 части 1 статьи 22) являются несостоятельными.

Так, в соответствии пунктом 3.53.5 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного приказом ФАС России от 28.12.2007 № 453, решение о прекращении рассмотрения дела принимается в случае принятия другим антимонопольным органом решения по фактам, явившимся основанием для возбуждения дела.

Основанием для возбуждения настоящего дела по признакам нарушения законодательства о рекламе явился факт распространения в мае-июне 2012 года на территории Великого Новгорода рекламы пива «Охота Крепкое», в которой была продемонстрирована части упаковки товара (бутылки пива) со стилизованным изображением человека – мужчины в хоккейной амуниции с клюшкой в руках.

В свою очередь основанием для возбуждения другим антимонопольным органом – УФАС по Санкт-Петербургу – дела по признакам нарушения законодательства о рекламе и дела об административном правонарушении, на которые ссылается ООО «Объединённые Пивоварни Хейнекен», явился факт распространения в марте 2012 года в петербургском метрополитене рекламы пива «Три медведя», в которой была изображена часть бутылки пива с нанесенным на нее образом человека (футболиста А. Аршавина).

Таким образом, указанные дела были возбуждены антимонопольными органами по различным фактам распространения рекламы, имеющей разное содержание, период и способ распространения.

Привлечение УФАС по Санкт-Петербургу ООО «Объединённые Пивоварни Хейнекен» к ответственности за нарушение пункта 6 части 1 статьи 22 Закона о рекламе при распространении рекламы, не являющейся предметом рассмотрения по настоящему делу, не является основанием для его прекращения и не создает препятствий для признания рассматриваемой рекламы пива «Охота Крепкое», использующей образ человека, ненадлежащей.

Также являются несостоятельными доводы ООО «Объединённые Пивоварни Хейнекен» о том, что до опубликования Разъяснений, из положений Закона о рекламе (пункта 8 части 2 статьи 2, пункта 6 части 1 статьи 22) было не ясно, допустимо ли демонстрировать в рекламе упаковку товара (пива) с изображением людей и животных.

Так, пункт 8 части 2 статьи 2 Закона о рекламе определяет, что положения настоящего Федерального закона не распространяются только на элементы оформления товара, помещенные на самом товаре или его упаковке, а не на демонстрацию этих элементов оформления товара в многократном увеличении, в том числе посредством распространения наружной рекламы.

Запрет на использование в рекламе пива образов людей и животных, предусмотренный пунктом 6 части 1 статьи 22 Закона о рекламе, безусловно распространяется и на случаи демонстрации в рекламе элементов упаковки товара, содержащих такие образы.

При этом в соответствии с Разъяснениями исключением является только тот случай, когда в рекламе пива демонстрируется сам товар (банка, бутылка и пр.) в том виде, в котором он представлен на рынке, то есть его упаковка в полном объеме, а не отдельные ее части или элементы.

Таким образом, никаких оснований считать, что демонстрация в рекламе части упаковки товара (бутылки пива) и ее отдельных элементов, содержащих образы людей и животных, не может привести к нарушению пункта 6 части 1 статьи 22 Закона о рекламе, у ООО «Объединённые Пивоварни Хейнекен» не было и до момента опубликования Разъяснений.

При решении вопроса о необходимости выдачи предписания об устранении нарушения законодательства о рекламе Комиссия исходит из содержащейся в Объяснениях информации о том, что установленное нарушение пункта 6 части 1 статьи 22 Закона о рекламе добровольно устранено лицом, его совершившим («ООО «Объединённые Пивоварни Хейнекен» произвел плановую замену макетов рекламы пива на соответствующие толкованию Федеральной антимонопольной службы»).

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37-42, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Административным регламентом Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденным приказом ФАС России от 28.12.2007 № 453, Комиссия

РЕШИЛА:

Признать ненадлежащей рекламу пива «Охота Крепкое», размещенную в мае-июне 2012 года на рекламных конструкциях (щитах-билбордах), расположенных на территории Великого Новгорода (пр. Корсунова, д. 47; пр. Мира, д. 30; ул. Державина – Б. Московская, ул. Державина – Колмовский мост, ул. Кочетова, д. 19; ул. Псковская, д. 48; ул. Б. Санкт-Петербургская, д. 77), рекламодателем которой является Общество с ограниченной ответственностью «Объединённые Пивоварни Хейнекен» (193230, Санкт-Петербург, ул. Тельмана, д. 24, литер А), поскольку в ней нарушено требование пункта 6 части 1 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» в редакции Федерального закона от 18.07.2011 № 242-ФЗ.

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать в связи с добровольным устранением совершенного нарушения.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Новгородского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Российской Федерации.

Председатель Комиссии Р.В. Лучников

Члены Комиссии И.А. Куриков

А.В. Терентьева