

## РЕШЕНИЕ

18.10.2012 г.

г. Горно-Алтайск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Алтай по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

05 октября 2012 года, рассмотрев дело № 31 от 20.09.2012 г., возбужденное по признакам нарушения пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» по факту распространения наружной рекламы пива на обочине проезжей части, внешних стенах и витринах магазина «Миг», расположенного по адресу: Республика Алтай, Майминский р-н, с. Союзга, ул. Тракторная, 1а,

в присутствии:

лица, в действиях которого усматриваются признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – Индивидуального предпринимателя без образования юридического лица <Г.>,

### УСТАНОВИЛА:

В районе местонахождения магазина «Миг», на обочине проезжей части установлен рекламный щит, на котором изображены фирменные наименования следующих сортов пива: **Барнаульское живое, толковое, Goltschffiner, Besser**. На информационном поле щита также изображена пивная кружка на фоне горного пейзажа, сопровождаемая надписью: «**Пожалуй, лучшее пиво Алтая Барнаульского пивоваренного завода**». В нижней части щита расположена предупреждающая надпись о вреде чрезмерного потребления пива.

Внешние стены магазина «Миг» оклеены большим количеством плакатов. На одном из плакатов изображена бутылка пива «**Балтика разливное**» и фужер. Указанные изображения сопровождаются слоганом: «**Откройте подлинное разливное непастеризованное!**».

На другом плакате изображена бутылка пива «**Толстяк**», сопровождаемая фирменным торговым знаком «**Толстяк**» и слоганом: «**Смотри на жизнь толще!**».

На третьем плакате изображена бутылка пива «Сибирская корона «классическое» и фужер с фирменным товарным знаком «**Сибирская корона**». Указанные изображения сопровождаются слоганом: «**Настоящий вкус жизни**».

На витрине магазина «Миг» также наклеен плакат, где изображена бутылка пива наименования «**Сибирский бочонок**», которое сопровождается предложением: «**Возьми пиво свежего разлива!**».

Информация на плакатах и на щите сопровождается предупреждением о вреде чрезмерного потребления пива (акт фиксации распространения объектов наружной рекламы от 08.08.2012г.).

В соответствии со статьей 3 Закона «О рекламе», рекламой признается 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.

Таким образом, распространяемая вышеуказанным способом информация: **«Барнаульское живое, толковое, Goltschttiner, Besser. Пожалуй, лучшее пиво Алтая Барнаульского пивоваренного завода», «Балтика разливное. Откройте подлинное разливное непастеризованное!», «Толстяк. Смотри на жизнь толще!», «Сибирская корона. Настоящий вкус жизни», «Сибирский бочонок. Возьми пиво свежего разлива!»** полностью соответствует определению понятия реклама, поскольку она публична, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – пиву, что способствует продвижению указанного товара на рынке.

Законом «О рекламе» установлены специальные требования и ограничения в отношении рекламы отдельных видов товаров, в том числе рекламы алкогольной продукции.

Согласно разъяснениям ФАС России от 20.07.2012 № ПС/22997 о рекламе алкогольной продукции, в связи с вступлением в законную силу с 23 июля 2012г. изменений Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», положения статьи 21 настоящего Федерального закона (реклама алкогольной продукции) распространяются на рекламу пива.

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.

Таким образом, распространение вышеуказанной рекламы пива на обочине проезжей части, внешних стенах и витринах магазина «Миг», расположенного по адресу: Республика Алтай, Майминский р-н, с. Союзга, ул. Тракторная, 1а, с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламного щтендера, рекламных плакатов) прикрепленных к конструктивным элементам здания магазина «Миг» (стенам, витринам), а также установленных вне здания магазина, противоречит требованиям пункта 5 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе».

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

На основании вышеизложенных обстоятельств, Комиссия пришла к выводу, что наружная реклама пива: **«Барнаульское живое, толковое, Goltschttiner, Besser. Пожалуй, лучшее пиво Алтая Барнаульского пивоваренного завода», «Балтика разливное. Откройте подлинное разливное непастеризованное!», «Толстяк. Смотри на жизнь толще!», «Сибирская корона. Настоящий вкус жизни», «Сибирский бочонок. Возьми пиво свежего разлива!»**, распространяемая на обочине

проезжей части, внешних стенах и витринах магазина «Миг», расположенного по адресу: Республика Алтай, Майминский р-н, с. Союзга, ул. Тракторная, 1а, является ненадлежащей, так как указанная реклама распространяется с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламного штендера, рекламных плакатов) прикрепленных к конструктивным элементам здания магазина «Миг» (стенам, витринам), а также установленных вне здания магазина, что противоречит требованиям пункта 5 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе».

В соответствии с частью 4 статьи 38 Закона «О рекламе» нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии со статьей 3 Закона «О рекламе», **рекламодатель** – это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; **рекламопроизводитель** – это лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; **рекламораспространитель** – это лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В целях установления лица, осуществляющего хозяйственную деятельность в магазине «Миг» УФАС по РА был направлен запрос в адрес Администрации МО «Майминский район» (исх. от 20.08.2012 № 1963/05).

24.08.2012г. Администрацией МО «Майминский район» была предоставлена информация (вх. № 2091), согласно которой, в магазине «Миг», расположенном по адресу: Республика Алтай, Майминский р-н, с. Союзга, ул. Тракторная, 1а, осуществляет предпринимательскую деятельность ИПБЮЮЛ <Г.>.

04.10.2012г. в адрес УФАС по РА поступила информация и копии документов, представленных ИПБЮЮЛ <Г.> (вх. № 2418). Согласно полученной информации ИПБЮЮЛ <Г.> не было предпринято каких либо действий, связанных с размещением заказов на производство и установку вышеуказанной распространяемой рекламы пива. Все объекты рекламирования (рекламные плакаты, выносной штендер) были размещены и установлены торговыми представителями – поставщиками пива задолго до вступления в законную силу положения рекламного законодательства, налагающего запрет на распространение наружной рекламы пива.

Вместе с тем, ИПБЮЮЛ <Г.> признает вину в том, что ею своевременно не были приняты меры по демонтажу вышеуказанных рекламных объектов.

В процессе рассмотрения дела № 31 от 20.09.2012 г., ИПБЮЮЛ <Г.> подтвердила вышеуказанные обстоятельства, при которых произошло нарушение рекламного законодательства, и пояснила, что нарушение рекламного законодательства произошло в результате незнания вступивших в законную силу изменений Закона «О рекламе».

Таким образом, Комиссией установлено, что рекламодателем

ненадлежащей рекламы пива, распространяемой на обочине проезжей части, внешних стенах и витринах магазина «Миг», расположенного по адресу: Республика Алтай, Майминский р-н, с. Союзга, ул. Тракторная, 1а, является ИПБЮЮЛ <Г.> так как она является продавцом рекламируемого товара и осуществляет торговую деятельность в помещении магазина «Миг», в районе нахождения, на внешних стенах и витринах которого, распространяется наружная реклама пива. Следовательно, ИПБЮЮЛ <Г.> заинтересована в распространении рекламы пива в целях увеличения объема его продаж.

Частью 7 статьи 38 Закона «О рекламе», ответственность за нарушение пункта 5 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе» возложена на рекламораспространителя.

При таких обстоятельствах, Комиссия решила, что нарушение требований пункта 5 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе» при распространении рекламы пива: **«Барнаульское живое, толковое, Goltschttiner, Besser. Пожалуй, лучшее пиво Алтая Барнаульского пивоваренного завода», «Балтика разливное. Откройте подлинное разливное непастеризованное!», «Толстяк. Смотри на жизнь толще!», «Сибирская корона. Настоящий вкус жизни», «Сибирский бочонок. Возьми пиво свежего разлива!»,** на обочине проезжей части, внешних стенах и витринах магазина «Миг», расположенного по адресу: Республика Алтай, Майминский р-н, с. Союзга, ул. Тракторная, 1а, произошло по вине рекламораспространителя – ИПБЮЮЛ <Г.>, так как она является продавцом рекламируемого товара и осуществляет торговую деятельность в помещении магазина «Миг», в районе нахождения, на внешних стенах и витринах которого, распространяется наружная реклама пива.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе Комиссия,

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу пива: **«Барнаульское живое, толковое, Goltschttiner, Besser. Пожалуй, лучшее пиво Алтая Барнаульского пивоваренного завода», «Балтика разливное. Откройте подлинное разливное непастеризованное!», «Толстяк. Смотри на жизнь толще!», «Сибирская корона. Настоящий вкус жизни», «Сибирский бочонок. Возьми пиво свежего разлива!»,** распространяемую на обочине проезжей части, внешних стенах и витринах магазина «Миг», расположенного по адресу: Республика Алтай, Майминский р-н, с. Союзга, ул. Тракторная, 1а, так как указанная реклама распространяется с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламного щтендера, рекламных плакатов) прикрепленных к конструктивным элементам здания магазина «Миг» (стенам, витринам), а также установленных вне здания магазина, что противоречит требованиям пункта 5 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе»;

2. Выдать ИПБЮЮЛ <Г.>, предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства;

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу УФАС по Республике Алтай для возбуждения дела об административном правонарушении,

предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Резолютивная часть решения оглашена 05.10.2012г., решение изготовлено в полном объеме 18.10.2012г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

## ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе по делу № 31 от 20.09.2012г.

18.10.2012 г.

г. Горно-Алтайск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Алтай по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

на основании своего решения от 18.10.2012г. по делу № 31 от 20.09.2012г. о признании ненадлежащей рекламы пива: **«Барнаульское живое, толковое, Goltschffiner, Besser. Пожалуй, лучшее пиво Алтая Барнаульского пивоваренного завода»**, **«Балтика разливное. Откройте подлинное разливное непастеризованное!»**, **«Толстяк. Смотри на жизнь толще!»**, **«Сибирская корона. Настоящий вкус жизни»**, **«Сибирский бочонок. Возьми пиво свежего разлива!»**, распространяемой на обочине проезжей части, внешних стенах и витринах магазина «Миг», расположенного по адресу: Республика Алтай, Майминский р-н, с. Союзга, ул. Тракторная, 1а, и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органам дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

## ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Индивидуальному предпринимателю без образования юридического лица <Г.>, **в срок со дня получения предписания** прекратить нарушения пункта 5 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе», путем прекращения распространения наружной рекламы пива;

2. Индивидуальному предпринимателю без образования юридического лица <Г.>, представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Алтай доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **до 23.11.2012г.**

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, УФАС по РА вправе в соответствии с пунктом 2.4. статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в

размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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