

## РЕШЕНИЕ

по делу № 17-03-21-02/98

10 марта 2017

г. Волгоград

Резолютивная часть решения оглашена 06 марта 2017 г.

Решение изготовлено в полном объеме 10 марта 2017 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области (далее – Волгоградское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – Никуйко Ирина Борисовна – заместитель руководителя Управления;

член Комиссии – Алимова Елена Владимировна – заместитель начальника отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы;

член Комиссии – Власова Екатерина Александровна – ведущий специалист-эксперт,

рассмотрев дело № 17-03-21-02/98, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (реклама алкогольной продукции), выразившегося в распространении наружной рекламы алкогольной продукции (пива) посредством размещения рекламных конструкций на стене магазина «Пивная Галерея», расположенного по адресу г. Волгоград, ул. Героев Шипки, 27 «А», с указанием (сорта) пива и его цены, а именно **«Наши цены  
Наименование Цена за 1л. Традиционное фильтрованное – 96 Традиционное нефильтованное – 76 Приятель – 58 Мюнхенское – 86 Чешское – 96 Янтарное – 76 Крепкое – 76 Изысканное – 96 Красное – 96 Легкое – 76 Темное – 76 Черное – 120»**, а также с указанием на соседней рекламной конструкции (размещена на входной двери в магазин с наружной стороны) информации следующего содержания: **«Рекомендуем! Элитные сорта пива от немецкой пивоварни BEER CAFI»**.

с участием представителя ИП Б. Е.А., представитель по доверенности № 34АА1034575 от 04.09.2014 С. С.А;

в отсутствие представителя Прокуратуры г. Волгограда,

### УСТАНОВИЛА:

В Волгоградское УФАС России поступили материалы из Прокуратуры г. Волгограда (вх. № 11942 от 23.12.2016), содержащие анонимное коллективное

обращение предпринимателей г. Волгограда пос. Латошинка с жалобой, в том числе на нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, выразившееся в распространении наружной рекламы алкогольной продукции (пива) посредством размещения рекламных конструкций на стене магазина «Пивная Галерея», расположенного по адресу г. Волгоград, ул. Героев Шипки, 27 «А», с указанием (сорта) пива и его цены, а именно **«Наши цены Наименование Цена за 1л. Традиционное фильтрованное – 96 Традиционное нефилтрованное – 76 Приятель – 58 Мюнхенское – 86 Чешское – 96 Янтарное – 76 Крепкое – 76 Изысканное – 96 Красное – 96 Легкое – 76 Темное – 76 Черное – 120»**, а также с указанием на соседней рекламной конструкции (размещена на входной двери в магазин с наружной стороны) информации следующего содержания: **«Рекомендуем! Элитные сорта пива от немецкой пивоварни BEER CAFE!»**.

В ходе рассмотрения обращения специалистами Волгоградского УФАС России был проведен мониторинг наружной рекламы по адресу г. Волгоград, ул. Героев Шипки, 27 А, распространение спорной рекламы подтвердилось (акт мониторинга № 247-Р от 12.01.2017).

Также Волгоградским УФАС России было установлено, что предпринимательскую деятельность в магазине «Пивная Галерея», расположенном по адресу г. Волгоград, ул. Героев Шипки, 27 «А», а следовательно и рекламораспространителем указанной в обращении рекламы является ИП Б. Е.А. (ОГРНИП ....., ИНН ....., адрес места жительства (пребывания): .....

Согласно п. 5 ч. 2 ст. 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.

Частью 4 ст. 2 Закона о рекламе установлено, что специальные требования и ограничения, установленные Законом о рекламе в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также и 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 Законом о рекламе установлены специальные требования и ограничения. Таким образом, запреты, установленные для рекламы алкоголя, в том числе пива, распространяются также на средства индивидуализации изготовителя алкоголя.

На основании полученной информации в отношении ИП Б. Е.А. определением от 16 февраля 2017 года было возбуждено производство по делу № 17-03-21-02/98 по признакам нарушения п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе.

На заседании Комиссии Волгоградского УФАС России 06 марта 2017 года представитель ИП Б. Е.А. С. С.А. (доверенность № 34АА1034575 от 04.09.2014) представил устные объяснения, а также фотографии, подтверждающие устранение нарушения.

В устных объяснениях представитель ИП Б. Е.А. подтвердил распространение рассматриваемой в деле рекламы со стороны ИП Б., а также указал, что не согласен с наличием нарушения рекламного законодательства, поскольку в рекламе нет слова «пиво», а указаны только сорта и их цены. Кроме того, по мнению представителя, магазин позиционирует себя как закусочная, и поэтому может размещать наружное меню с указанием цен и конкретных наименований продукции. Представитель ИП Б. Е.А. также пояснил, что обозначение «BEER CAFE» – это средство индивидуализации не магазина, а производителя пива (пивоварни).

Комиссия Волгоградского УФАС России, изучив материалы дела, а также оценив устные и письменные пояснения лиц, участвующих в деле, установила следующее.

Материалами дела подтверждается распространение в декабре 2016 г. - январе 2017 г. наружной рекламы **«Наши цены Наименование Цена за 1л. Традиционное фильтрованное – 96 Традиционное нефилтрованное – 76 Приятель – 58 Мюнхенское – 86 Чешское – 96 Янтарное – 76 Крепкое – 76 Изысканное – 96 Красное – 96 Легкое – 76 Темное – 76 Черное – 120»**, и **«Рекомендуем! Элитные сорта пива от немецкой пивоварни BEER CAFE»** на стене магазина «Пивная Галерея», расположенного по адресу г. Волгоград, ул. Героев Шипки, 27 «А».

Комиссия не принимает доводы представителя ИП Б. Е.А. по следующим основаниям.

В соответствии с п. 1 ст. 3 Закона 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.

Под объектом рекламирования понимается 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.

Под товаром понимается – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Рассматриваемая информация является рекламой, так как отвечает всем квалифицирующим признакам:

- распространяется посредством наружных конструкций и самоклеющихся пленок;
- адресована неопределенному кругу (проходящим и проезжающим мимо магазина «Пивная галерея» людям);
- направлена на привлечение внимания и продвижение продукции, рекламируемой в указанном ролике;

- направлена на формирование или поддержание интереса к объекту рекламирования и его продвижение на рынке.

Объектом рекламирования выступает ассортимент пивной продукции («*Элитные сорта пива от немецкой пивоварни BEER CAFI*»), в том числе конкретные сорта пива (*Традиционное фильтрованное, Традиционное нефилтрованное, Приятель, Мюнхенское, Чешское, Янтарное, Крепкое, Изысканное, Красное, Легкое, Темное, Черно*), реализуемые в магазине «Пивная галерея», а также некая немецкая пивоварня под обозначением *BEER CAFI*.

Форма распространения рекламы – посредством наружных рекламных носителей, располагаемых на внешней стене здания и внешней стороне двери.

В соответствии с Федеральным Законом от 22.11.1995 г. № 171-ФЗ «Об обороте алкогольной продукции», алкогольная продукция – это 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), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

Согласно п. 5 ч. 2 ст. 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.

В соответствии с ч. 4 ст. 2 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закона о рекламе) специальные требования и ограничения, установленные Законом о рекламе 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 Законом о рекламе установлены специальные требования и ограничения.

В рассматриваемом случае спорная реклама распространяется при помощи наружной рекламной конструкции, размещенной на внешней стене здания («*Наши цены Наименование Цена за 1л. Традиционное фильтрованное – 96 Традиционное нефилтрованное – 76 Приятель – 58 Мюнхенское – 86 Чешское – 96 Янтарное – 76 Крепкое – 76 Изысканное – 96 Красное – 96 Легкое – 76 Темное – 76 Черно – 120*»), а также на внешней стороне входной двери («*Рекомендуем! Элитные сорта пива от немецкой пивоварни BEER CAFI*»).

В совокупности с вывеской «Пивная галерея», а также информацией: «*Рекомендуем! Элитные сорта пива от немецкой пивоварни BEER CAFI*» можно сделать вывод, что указанные виды товаров относятся именно к пиву (алкогольной продукции).

Кроме того, наличие ниже текста *«Рекомендуем! Элитные сорта пива от немецкой пивоварни BEER CAFI»* надписи **«Чрезмерное употребление алкоголя вредит Вашему здоровью»** также дополнительно указывает на то, что информация, перечисляемая в рекламе имеет отношение именно к алкогольной продукции, реализуемой магазином «Пивная галерея».

В данном случае внимание потребителей акцентируется на объекте рекламирования – ассортименте магазина «Пивная галерея» (алкогольная продукция – пиво), а также на коммерческом обозначении пивоварни (изготовителя алкоголя) BEER CAFI (*«Рекомендуем! Элитные сорта пива от немецкой пивоварни BEER CAFI»*), что прямо запрещено ч. 4 ст. 2 Закона о рекламе.

Таким образом, реклама магазина «Пивная галерея» может ассоциироваться у потребителей с определенным напитком – пивом, а не любым другим напитком ввиду того, что эффект отождествления усиливается как самим названием торгового объекта, упоминанием *«немецкой пивоварни BEER CAFI»*, так и предупреждением о вреде чрезмерного употребления алкоголя.

Отсюда следует, что рекламируемое пиво – алкогольная продукция, а значит на его рекламу распространяются требования статьи 21 Закона о рекламе.

Что касается довода относительно возможности размещать меню, то Комиссия Волгоградского УФАС России установлено следующее.

В соответствии с ГОСТом 31985-2013. Межгосударственный стандарт. Услуги общественного питания. Термины и определения", введенный в действие Приказом Росстандарта от 27.06.2013 № 191-ст под меню понимается перечень блюд, кулинарных, кондитерских и хлебобулочных изделий, напитков, покупных товаров, предлагаемых потребителю (гостю) в предприятии питания, с указанием, как правило, массы/объема и цены, расположенных в определенной последовательности.

Согласно разделу 2 Правил оказания услуг общественного питания, утвержденный постановлением Правительства РФ № 1036 от 15.08.1997 года исполнители в сфере оказания услуг общественного питания обязаны довести в наглядной и доступной форме до потребителя необходимую и достоверную информацию об оказываемых услугах, обеспечивающую возможность их правильного выбора. Информация о продукции и об услугах доводится до сведения потребителей посредством меню, прейскурантов или иными способами, принятыми при оказании таких услуг. При этом возможность ознакомления с меню, прейскурантами и условиями обслуживания должна быть предоставлена потребителю как в зале, так и вне зала обслуживания (п. п. 13, 14 Правил оказания услуг общественного питания).

Антимонопольный орган оценивает информацию рекламного характера с точки зрения потребителя, в связи с этим Комиссия Волгоградского УФАС России пришла к выводу, что рассматриваемая информация не может считаться обязательным для доведения потребителей меню, так как в рассматриваемой рекламе указываются только определенные сорта пива и цены на них, соответственно не доведены до потребителя цены на иные товары, реализуемые в данном магазине.

Цель информирования также направлена на привлечение внимания потребителя и

продвижение товара на рынке, так как реклама расположена снаружи магазина, соответственно направлена на привлечение неопределенного и неограниченного круга лиц, а также указаны лишь конкретные сорта пива и цены на них, то есть продавец привлекает внимание именно того потребителя, который согласится купить именно этот товар именно по этой цене. Цель меню – информировать потребителя, когда он уже пришел в заведение и помочь определиться с выбором конкретного товара.

Таким образом, довод о том, что рассматриваемая информация («Наши цены...») является не рекламой, а наружным меню Комиссия Волгоградского УФАС России считает необоснованным.

В соответствии ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе.

Пунктом 7 ст. 3 Закона о рекламе установлено, что рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Волгоградским УФАС России установлено, что рекламодателем в рассматриваемом случае является ИП Б. Е.А. (ОГРНИП ....., ИНН ....., адрес места жительства (пребывания): .....

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

ИП Б. Е.А. в ходе рассмотрения дела было подтверждено устранение нарушения, в связи с чем Комиссия Волгоградского УФАС России считает, что оснований для выдачи предписания не имеется.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закон о рекламе и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия Волгоградского УФАС России

## **РЕШИЛА:**

1. Признать наружную рекламу: **«Наши цены Наименование Цена за 1л. Традиционное фильтрованное – 96 Традиционное нефильтрованное – 76 Приятель – 58 Мюнхенское – 86 Чешское – 96 Янтарное – 76 Крепкое – 76 Изысканное – 96 Красное – 96 Легкое – 76 Темное – 76 Черное – 120»**, а также: **«Рекомендуем! Элитные сорта пива от немецкой пивоварни BEER SAFI»**, распространяемую с использованием наружных рекламных носителей по адресу по адресу г. Волгоград, ул. Героев Шипки, 27 «А», ненадлежащей, нарушающей требования п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе.

2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дел об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ИП Б. Елены Александровны (ОГРНИП ....., ИНН ..... адрес места жительства (пребывания): .....).

Решение может быть обжаловано в Арбитражный суд Волгоградской в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.