

## РЕШЕНИЕ

по делу №014/05/21-20/2019 по признакам нарушения законодательства о рекламе

г. Якутск  
г.

резюлютивная часть оглашена «08» апреля 2019

изготовлено в полном объеме «15» апреля 2019 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) по рассмотрению дел о нарушении антимонопольного законодательства в составе:

<...>

При участии: лица, в чьих действиях содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе: Общества с ограниченной ответственностью <...>, адрес регистрации: Республика Саха (Якутия), г. Якутск, ул. <...>, местонахождение: 677004, г. Якутск, ул. <...>.

Заявитель: <...>, не явились, направила ходатайство о рассмотрении дела в ее отсутствие.

Рассмотрев дело №014/05/21-20/2019, возбужденное по факту обращения гр. <...> от 25.03.2019 г. вх.№61 ЕПГУ, в котором указываются факты распространения на территории г. Якутска рекламы алкогольной продукции и пива «Хорватское», реализуемое в баре-магазине <...>, с использованием рекламных конструкций, установленных по адресу: г. Якутск, ул. <...> корпус с признаками нарушения пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13 марта 2006 № 38-ФЗ «О рекламе», по существу

установила:

25 марта 2019 г. в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) поступило обращение гр. <...>, в котором указываются факты распространения на территории г. Якутска рекламы алкогольной продукции, пива «Хорватское», реализуемое в баре-магазине <...>, с использованием рекламных конструкций, монтированных на внешнюю стену здания бара по адресу: г. Якутск, ул. <...> с признаками нарушения пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Рассматриваемая реклама содержит следующую информацию: «Мы открылись! Сегодня в продаже: Разливные напитки. Алкоголь, кофе, вино, гамбургеры, закуски, бургер+фри (маленькая) = подарок Кока-кола ж/б (0,25), Двойной бургер + фри (маленькая) = подарок ПИВО «Хорватское (2 стакана по 0,5)». В рекламе используется изображение кружки с пенным напитком, бургера, закуски к пиву.

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) определением о возбуждении дела №014/05/21-20/2019 по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе от 25.03.2019 г. возбуждено производство по делу.

25.03.2019 г. Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) в ходе рассмотрения дела №014/05/21-20/2019, отследен дополнительный факт распространения рекламы алкогольной продукции, реализуемой в магазине-баре <...>. Реклама алкогольной продукции, распространяется с использованием рекламной конструкции, формата 2,5x4, монтированной на внешней стене здания бара <...>, расположенной по адресу: г. Якутск, ул. <...> с признаками нарушения законодательства о рекламе.

При этом, во второй рекламе, при указании информации <...>, также используется графическое изображение рюмки, бокала, стакана и кружки пива с характерной пиву пенной шапкой, изображение деревянного бочонка, солода и пшеницы, а также содержится предупреждающая надпись «Чрезмерное употребление алкогольной продукции вредит вашему здоровью!», причем такому предупреждению отведено десять процентов рекламной площади (пространства).

Использование в рассматриваемой рекламе графических изображений рюмки, бокалов, кружек и стакана с желтым напитком с характерной пиву пенной шапкой и различительных элементов (бочонка, солода, пшеницы), напоминающих о товаре, а именно надписи «Чрезмерное употребление алкогольной продукции вредит вашему здоровью», запрещенном к рекламированию в контексте с информацией «24 часа», указывает на то, что реклама продвигает алкогольную продукцию, реализуемую в баре <...>, что указывает на признаки нарушения пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

В силу требований пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального 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.

Указанная норма предусматривает запрет на размещение рекламы алкогольной продукции 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 ходе рассмотрения дела по существу представитель ООО <...>, сообщила, что в октябре 2018 г. был открыт бар-магазин <...>, в целях информирования потребителей об открытии заведения, было принято решение разместить информационные вывески с использованием обобщенных наименований группы товаров без выделения конкретного товара. <...> уточнила, что по ошибке продавца, информация об акции с указанием наименования пива «Хорватское» была размещена на стенде, размещенной на внешней стене здания.

<...> сообщила, что производство информационных вывесок, распространяемых по адресу: г. Якутск, ул. <...>, осуществлялось в октябре 2018 г. РК <...>, содержание и дизайн макетов определялось ею лично.

<...>, уточнила, что в целях привлечения внимания к деятельности реализации пива и работы бара, к открытию бара, ею было принято решение, оформить фасад информационной вывеской с использованием изображения пивной бочки, пивной кружки и бокалов, а также сопроводить информацию предупреждение о чрезмерном употреблении алкогольной продукции. Сообщила, что не думали, что при таком контексте, информация будет признаваться рекламой.

<...> сообщила, что полагала, что размещает информационную вывеску с использованием обобщенных названий товарных групп, нарушение признает.

На вопрос Комиссии, осуществляется реализация алкогольной продукции на законных основаниях, имеется лицензия, <...> сообщила, что Обществом получена лицензия на реализацию алкогольной продукции по данному адресу.

Заслушав лица участвующего в деле, изучив имеющиеся в материалах дела документы, Комиссия пришла к следующим выводам.

Рассматриваемая реклама, распространяемая с использованием первой рекламной конструкции, содержит следующую информацию: «Мы открылись! Сегодня в продаже: Разливные напитки. Алкоголь, кофе, вино, гамбургеры, закуски, бургер+фри (маленькая) = подарок Кока-кола ж/б (0,25), Двойной бургер + фри (маленькая) = подарок ПИВО «Хорватское (2 стакана по 0,5)». В рекламе используется изображение кружки с пенным напитком, бургера, закуски к пиву.

Во второй рекламе содержится информация: «<...>, 24 часа», также используется изображение рюмки, бокала, стакана и кружки пива с характерной пиву пенной шапкой, изображение деревянного бочонка, пшеницы, солода, а также содержится предупреждающая надпись: «Чрезмерное употребление алкогольной продукции вредит вашему здоровью», причем такому предупреждению отведено десять процентов рекламной площади (пространства).

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона «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.

Согласно пункту 2 приведенной статьи 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.

При таких обстоятельствах, с учетом места и способа распространения рассматриваемой рекламы (наружная реклама, монтированная на фасаде торговой организации, специализирующейся на реализации алкогольной продукции), а также направленности рекламы на привлечение внимания к деятельности продавца товара по реализации алкогольной продукции, адресованности рекламы неопределенному кругу лиц, с учетом использования в рекламе наименования конкретной марки пива «Хорватское», а также информации, явно вызывающей у потребителей рекламы интерес к пиву (кружки пива), в контексте с наличием предупреждающей надписи, характерно

сопровождающей только рекламу алкогольной продукции о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции, данная информация является рекламой алкогольной продукции, а именно пива и отвечает всем признакам рекламы. Информация в контексте с изображением и надписью, явно ассоциируется с рекламой алкогольной продукции, следовательно, по сути, и по содержанию является рекламой алкогольной продукции.

Совокупное восприятие информации содержащейся в рекламе, распространяемой в рассматриваемой рекламе при наличии в рекламе надписи: «Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью», изображение бочонка пива, солода и пшеницы, характерное к пиву пенная шапка в сосудах с желтой жидкостью, указывают на то, что используемая в рекламе информация способствует реализации алкогольной продукции, ООО <...> в магазине-баре <...>, поскольку в данном торговом помещении, осуществляется реализация только алкогольной продукции.

При таких обстоятельствах, визуальная и текстовая информация, используемая в рекламе, привлекает внимания к объекту рекламирования, а именно к конкретному товару к алкогольной продукции, реализуемой ООО <...> по месту распространения рекламы, а использование предупреждающей надписи, несомненно, способствует продвижению данного товара на рынке однородных товаров.

Как разъяснил Пленум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации в пункте 16 информационного письма от 25.12.1998 N 37, информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Согласно пункту 15 информационного письма Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 для поддержания интереса к товару не обязателен показ самого товара, а достаточно изображения различительных элементов (в том числе товарного знака), которые использовались при рекламе этого товара, в данном случае использование надписи «Чрезмерное употребление алкогольной продукции, вредит вашему здоровью!» в контексте с выражением «24 часа», с надписью «пиво «Хорватское» явно поддерживает интерес к алкогольной продукции, реализуемой в магазине-баре <...>.

Согласно пункту 7 статьи 2 Федерального закона "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции" под алкогольной продукцией понимается 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.

Согласно пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального 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.

Указанная норма предусматривает запрет на размещение рекламы алкогольной продукции 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 наружной рекламы алкогольной продукции с использованием рекламной конструкции запрещается требованием пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Материалами дела установлено, что продавцом алкогольной продукции, реализуемой в магазине-баре <...> по адресу: г. Якутск, ул. <...> выступает ООО <...>. Данные обстоятельства подтверждаются письмом Общества, лицензиями на розничную реализацию алкогольной продукции №14РПО 0000166 от 16.11.2018 г., заключенными между Обществом и ООО <...>, АО ФАПК <...>, ООО <...>, ООО <...>, ООО <...> договорами поставки разливного пива и алкогольной продукции, декларациями о соответствии на реализуемую алкогольную продукцию..

Таким образом, распространение рекламы алкогольной продукции по сути, в настоящее время осуществляется в интересах продавца алкогольной продукции, в целях привлечения внимания потребителей рекламы к деятельности ООО <...> по реализации алкогольной продукции и формирует интерес к исключительным и единственным на рынке оптовым ценам, тем самым создает впечатление о превосходстве товара и способствует реализации товара на рынке превосходство перед товарами других продавцов алкогольной продукции.

Таким образом, реклама алкогольной продукции, распространяемая ООО <...> по адресу г. Якутск, ул. <...> с использованием наименования пива «Хорватское», а также предупреждающей надписи, сопровождающей рекламу алкогольной продукции является ненадлежащей нарушающей, требования пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Согласно статье 3 Федерального закона «О рекламе» ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В силу части 4 статьи 38 Федерального 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.

Частью 1 статьи 14.3 Кодекса об административных правонарушениях предусмотрена административная ответственность за нарушение рекламоделателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, в виде наложения административного штрафа.

В силу части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 3 части 4, пунктом 6 части 5, частями 9, 10, 10.1 и 10.2 статьи 5, статьями 7 - 9, 12, 14 - 18, частями 2 - 4 и 9 статьи 19, частями 2 - 6 статьи 20, частями 2 - 5 статьи 21, частями 7 - 9 статьи 24, статьей 25, частями 1 - 5 статьи 26, частями 2 и 5 статьи 27, частями 1, 4, 7, 8, 11 и 13 статьи 28, частями 1, 3, 4, 6 и 8 статьи 29, частями 1 и 2 статьи 30.1 настоящего Федерального закона.

Согласно статье 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Довод представителя Общества <...>, что информация, размещенная на внешних стенах бара - магазина <...> по адресам г. Якутск, ул. <...>, распространяемая с использованием рекламной конструкции, не является рекламой алкогольной продукции, не принимается во внимание в связи со следующим.

Информация о реализации алкогольной продукции в 24 часа в контексте надписью: «Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью!», указывает на то, что информация направлена на продвижение и формирование внимания потребителей рекламы именно к алкогольной продукции на рынке, способствует реализации ООО <...> в баре-магазине <...> алкогольной продукции, поскольку иного товара кроме как алкогольной продукции в данных магазинах продавцом товара не реализуется. Кроме того, рассматриваемая реклама не может быть вывеской магазина, поскольку согласно требованиям части 1 статьи 9 Закона РФ «О защите прав потребителей», вывеска должна содержать фирменное наименование (наименование) своей организации, место ее нахождения (адрес) и режим ее работы. Размещение информации обобщенных наименований товарной группы, изображение бокалов, пивных кружек и сопровождение предупреждением о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции, в информационной вывеске не требуется, следовательно, данная информация является рекламной.

Антимонопольным органом установлено, что указанная в рекламе информация не подпадает под действия статьи 2 Федерального закона «О рекламе».

Таким образом, рассматриваемая реклама отвечает всем признакам рекламы, поскольку привлекает внимание к деятельности ООО <...> направленной на реализацию алкогольной продукции в баре-магазине <...>, привлекает внимание к объекту рекламирования к деятельности продавца товара к реализации алкогольной продукции.

Материалами дела установлено, что владельцем рекламы конструкции, а равно рекламодателем выступает ООО <...>.

В ходе рассмотрения дела установлено, что распространение рекламы алкогольной продукции с использованием двух рекламных конструкций, установленных на внешней стене бара-магазина <...> по адресу г. Якутск, ул. <...> не прекращено, при таких обстоятельствах возникает необходимость в выдаче рекламодателю ООО <...> обязательного для исполнения предписания.

На основании вышеизложенного, руководствуясь пункта 5 части 2 статьи 21 , пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе, Комиссия

решила:

1. Признать рекламу алкогольной продукции и пива «Хорватское», распространенную с использованием двух рекламных конструкций на территории г. Якутска, по адресу: ул. <...> ненадлежащей, нарушающей требования пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе»;
2. Выдать ООО <...> - рекламораспространителю предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе;
3. Материалы настоящего дела передать уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) для решения вопроса о наличии оснований для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного статьей 14.3 Кодекса об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в судебном порядке в течение трех месяцев со дня вынесения настоящего решения.