

**ООО «Стрелец-95»**

**ул. Свободы, д. 10 а,**

**г. Ярославль, 150000**

**АО "Шуйская водка"**

**ул. Завокзальная, дом 17,**

**Шуйский район, город Шуя,**

**Ивановская область, 155**

**РЕШЕНИЕ по делу № 076/05/21-183/2019**

«04» марта 2021 года  
Ярославль

г.

Решение изготовлено в полном объеме «18» марта 2021 года.

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

председатель Комиссии – заместитель руководителя Управления  
Гудкевич Е. В.,

члены Комиссии – начальник отдела контроля органов власти и рекламы Семенюк А. В., главный специалист-эксперт Солодяшкина С. Д.,

рассмотрев дело № 076/05/21-183/2019 по признакам нарушения законодательства о рекламе по факту распространения рекламы алкогольной продукции марки «Шуйская водка» с признаками нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

#### УСТАНОВИЛА:

ООО «Стрелец-95», , АО "Шуйская водка", привлеченные к участию в деле в качестве лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, на рассмотрение дела не явились, представителей не направили, уведомлены надлежащим образом.

В соответствии с пунктом 30 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской

Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссией принято решение о рассмотрении дела в отсутствие указанных лиц.

Ярославским УФАС России в связи с поступившим 22 марта 2019 г. обращением физического лица 12 апреля 2019 г. выявлен факт распространения конструкции с информацией следующего содержания: «Шуйская водка» на крыше торговой точки по адресу: Ярославский район, Карабихское с.п., р. п. Красные Ткачи, ул. Б. Октябрьская, д. 13 б.

Дело возбуждено по признакам нарушения пункта 5 части 2 статьи 21, части 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»).

#### **Рассмотрев материалы дела, Комиссия пришла к следующим выводам.**

Согласно пункту 1 части 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») реклама – информация, распространяемая любым способом, в любой форме и использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование и поддержание интереса к нему, и его продвижение на рынке.

Информация, размещенная на указанной конструкции обладает всеми вышеперечисленными признаками и, следовательно, является рекламой. Объектом рекламирования в данной статье выступает алкогольная продукция марки «Шуйская водка».

В соответствии с пунктом 5 части 2 статьи 21 ФЗ «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 Письмом ФАС России от 24.01.2011 N АК/1829 "О разграничении понятий вывеска и реклама", а также Письмом ФАС России от 26.12.2013 № АК/53059/13 «О разграничении понятий вывеска и реклама» системный анализ гражданского законодательства Российской Федерации свидетельствует о том, что объектом рекламирования может быть тот товар, предназначенный для продажи или иного введения в гражданский оборот, который можно индивидуализировать, выделить среди однородной группы товаров. Соответственно, реклама товара всегда представляет собой информацию о конкретном товаре, который можно индивидуализировать внутри группы однородных товаров.

Учитывая изложенное, сами по себе слова и выражения: пиво, живое пиво, вина, вина Кубани, сигареты, алкоголь, табак и т.п., не могут быть признаны рекламой, поскольку представляют собой обобщенное наименование группы товаров и не позволяют выделить конкретный товар среди ряда однородных товаров и сформировать к нему интерес.

Согласно части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов. Реклама вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда разрешается на выставках пищевой продукции (за исключением продуктов детского питания) и выставках организаций общественного питания.

Поскольку рассматриваемая рекламная информация содержит указание на конкретную марку алкогольной продукции «Шуйская водка», то в данном случае имеет место реклама алкогольной продукции, данный товар можно индивидуализировать, выделить среди однородной группы товаров, именно к

алкогольной продукции данной марки привлекается внимание. Об этом также свидетельствует то, что в данном магазине реализуется алкогольная продукция не только данной марки, а также реализуется неалкогольная продукция, вместе с тем марки иных товаров не указаны на рассматриваемой конструкции и к ним не привлекается внимание. Кроме того, из информации на рассматриваемой конструкции не следует, что «Шуйская водка» является названием магазина, размещение данной информации в нерекламных целях, по мнению Комиссии, в данном случае является необоснованным.

Таким образом, исходя из содержания информации, размещенной на

рассматриваемой конструкции крупного размера, ее расположения, а также всех обстоятельств ее размещения, Комиссия приходит к выводу о том, что информация на данной конструкции является рекламной, привлекающей внимание и продвигающей на рынке алкогольную продукцию марки «Шуйская водка», и конструкция с данной информацией является рекламной конструкцией, а не вывеской.

Следовательно, поскольку рассматриваемая реклама алкогольной продукции «Шуйская водка» (с содержанием этилового спирта более 5 процентов объема готовой продукции) размещена на рекламной конструкции на крыше магазина, в котором реализуется различная алкогольная продукция и продукты питания, то в данном случае установлено нарушение пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Согласно части 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 данного закона, несет рекламораспространитель.

В соответствии с пунктом 7 части 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламораспространителем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

АО «Шуйская водка» в ответ на запрос предоставило информацию (вх. № 3756 от 23.04.2019), в которой указано, что данная организация предоставила ООО «Стрелец-95» (ИНН 7604032449), арендующему помещение данного магазина, а также ИП (ИНН 762700055662), являющейся собственником указанной торговой точки, согласно свидетельства 76-АБ № 508426, согласие на использование товарного знака, а также коммерческого обозначения «Шуйская водка» с целью размещения на фасаде и /или вывеске указанной торговой точки. По мнению АО «Шуйская водка», данная информация не свидетельствует о рекламном характере рассматриваемой вывески «Шуйская водка». АО «Шуйская водка» является законным владельцем товарного знака «Ш» на основании свидетельства о государственной регистрации № 134313 от 24.11.1995 г.

**Кроме того, представитель АО "Шуйская водка" на заседании Комиссии 12.08.2019 г. пояснила, что данная организация не согласна с наличием в ее действиях признаков нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, так как, по мнению данной организации, рассматриваемая конструкция является не рекламной, а информационной. АО "Шуйская водка" не размещало вывеску на магазине, не заключало договор с собственником здания. АО "Шуйская водка" заказывало изготовление данной вывески, но с целью размещения на другой торговой точке. После того, как было принято решение не размещать вывеску на другой торговой точке, данная вывеска без договора была передана ИП, но без поручений ее размещать, поскольку**

**АО "Шуйская водка" не было принято однозначного решения о размещении указанной вывески на данном магазине, планировалось обращение в органы местного самоуправления**

**для получения разрешения на размещение. ИП по своей инициативе разместила данную вывеску на магазине.**

ООО «Стрелец-95» в материалы дела представлены письменные пояснения (вх. № 6342 от 08.07.2019), в которых указано, что данная организация не является рекламодателем, поскольку не изготавливало и не устанавливало рекламную конструкцию. АО «Шуйская водка» взяло на себя расходы по изготовлению каркаса и по установке вывески.

В подтверждение указанных пояснений ООО «Стрелец-95» в материалы дела представлены копии договора подряда № 24 на изготовление вывески от 18.03.2019 г., платежного поручения № 255 об оплате изготовления и установки вывески от 20.03.2019 г., акта выполненных работ № 48 от 18.03.2019 г., из которых следует, что заказчиком выступает АО «Шуйская водка».

**ИП 12.08.2019 (вх. № 7533) представила письменные пояснения, в которых указано, что являясь собственником магазина по адресу: Ярославская область, Ярославский район, р.п. Красные Ткачи, ул. Б. Октябрьская, д. 13 б, ИП самостоятельно приняла решение о размещении вывески "Шуйская водка" на магазине, не дожидаясь согласования всех заинтересованных лиц, так как АО "Шуйская водка" было предоставлено в ее адрес согласие на использование наименования и так как ИП также не считает данную вывеску рекламой.**

На основании изложенного, а также имеющихся в материалах дела документов и доказательств, в соответствии с пунктом 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе», рекламодателем рассматриваемой рекламы является

Следовательно, как рекламодатель рассматриваемой рекламы нарушило требования пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации является ненадлежащей.

Ответственность за нарушение требований пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии со статьей 4.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях срок давности привлечения к административной ответственности за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе составляет один год со дня совершения

правонарушения.

Поскольку рассматриваемое нарушение совершено 12 апреля 2019 г., возможность применения мер административной ответственности в данном случае отсутствует.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 4, 37-43, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу алкогольной продукции марки «Шуйская водка» (с содержанием этилового спирта более 5 процентов объема готовой продукции), размещенную на крыше торговой точки по адресу: Ярославский район, Карабихское с.п., р. п. Красные Ткачи, ул. Б. Октябрьская, д. 13 б, поскольку в данном случае нарушены требования пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать предписание об устранении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

Председатель Комиссии

Е. В. Гудкевич

Члены Комиссии:

А. В. Семенюк

Солодяшкина

С. Д.