

Ленинский район, деревня Ближние  
Прудыщи, 26 км МКАД, Московская обл., 115598

№ 3887/04-01 от 07.04.2016

ул. Победы, д. 41,  
г. Ярославль, 150999

ООО «Объединенные Пивоварни Хайнекен»

ул. Тельмана, д. 24, литер-А,  
г. Санкт-Петербург, 193230

#### РЕШЕНИЕ по делу № 04-01/28-15

«05» апреля 2016 года г. Ярославль

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 Завьялов М.Ф.,

члены Комиссии – ведущий специалист-эксперт отдела естественных монополий и рекламы Солодяшкин С.Д., ведущий специалист-эксперт Ивнева М. Б.

рассмотрев дело № 04-01/28-15 по признакам нарушения законодательства о рекламе по факту размещения рекламы пива с признаками нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – ЗАО «Космик», место регистрации: 115598, Московская обл., 26 км МКАД, деревня Ближние Прудыщи, Ленинский район, по доверенности № 40 от 30.07.2015 г. <...>,

#### УСТАНОВИЛА:

ООО «Объединенные Пивоварни Хайнекен», привлеченное к участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, на заседание Комиссии не явилось, должным образом извещено о дате, времени и месте рассмотрения

дела.

ООО «Объединенные Пивоварни Хайнекен» направлено ходатайство (вх. № 3084 от 04.04.2016) о рассмотрении дела в отсутствие представителя данной организации.

Представителем ЗАО «Космик» заявлено ходатайство об отложении рассмотрения дела (вх. № 3080 от 04.04.2016) для ознакомления с документами, предоставленными в материалы дела ООО «Объединенные Пивоварни Хайнекен», поскольку ряд документов, предоставленных ООО «Объединенные Пивоварни Хайнекен» датировано периодом, предшествующим выявлению факта размещения зонтиков с рекламой.

В соответствии с пунктом 30 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссией принято решение о рассмотрении дела в отсутствие ООО «Объединенные Пивоварни Хайнекен».

Ярославским УФАС России в связи с поступившим 05 мая 2015 года обращением физического лица 07 мая 2015 года установлен факт размещения зонтиков с брендом пива «Amstel Premium Pilsener» в летнем кафе парка развлечений «КОСМИК» на крыше ТЦ «Аура» по адресу: г. Ярославль, ул. Победы, д. 41.

Дело возбуждено по признакам нарушения части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»), поскольку в рассматриваемой рекламе предупреждение о вреде чрезмерного потребления пива является практически нечитаемым.

Представитель ЗАО «Космик» пояснил, что, по мнению ЗАО «Космик», нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе в данном случае отсутствует. Как видно из материалов дела, на летних зонтах, указанных на фотографиях, содержится упоминание пива, под которым выполнена надпись о вреде чрезмерного употребления алкогольной продукции. Надпись расположена под слоганом и под названием города. Таким образом, ЗАО «Космик» были в полном объеме выполнены требования действующего законодательства о рекламе. Кроме того, в законодательстве РФ не содержится требований о способах нанесения, отображения, контрастности предупредительной надписи. Также, учитывая тот факт, что ЗАО «Космик» не является заказчиком и изготовителем летних зонтов, у ЗАО «Космик» отсутствовала возможность повлиять на качество и внешний вид логотипов и надписей, нанесенных на указанные зонты. По причине даты изготовления указанных зонтов и естественного природного воздействия в процессе их эксплуатации могло произойти незначительное изменение цветовых характеристик всего летнего зонта в целом и надписи, в частности, что не повлияло на факт присутствия предупредительной надписи и ее читаемость. Как следует из ранее представленных объяснений, подтверждается фактическими обстоятельствами дела и усматривается из представленных ЗАО «Космик» фотографий (прилагаются) указанные зонты были демонтированы 21 мая 2015 г. и заменены зонтами с надписью «Пепси». Таким образом, ЗАО «Космик» самостоятельно и добровольно устранило спорные зонты и возвратило их уполномоченной компании ООО «Объединенные Пивоварни Хайнекен» - ООО «Инженерстрой».

В материалы дела ЗАО «Космик» представлены аналогичные пояснения (вх. № 3152

от 05.04.2016), а также фотофиксация от 21 мая 2015 г. в подтверждение устранения спорной рекламы и акт возврата летнего оборудования от 01.07.2015 г.

Кроме того, представитель ЗАО «Космик» пояснил, что акты выполненных работ по размещению рассматриваемой рекламы у данной организации не сохранились.

Рассмотрев материалы дела, заслушав представителя ЗАО «Космик», а также представленные ранее документы и пояснения ЗАО «Космик» и ООО «Объединенные Пивоварни Хайнекен», 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.

Исходя из содержания рассматриваемой информации, она адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к пиву марки «Amstel Premium Pilsener», формирование и поддержание интереса к этому пиву и продвижения его товаров на рынке, и, следовательно, эта информация является рекламной.

В соответствии с частью 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

В пункте 28 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" указано, что рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые [Законом](#) о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

Поэтому если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей.

При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

В рассматриваемой рекламе предупреждение о вреде чрезмерного потребления пива выполнено белыми буквами с низкой контрастностью на светло-бежевом фоне, в результате чего данная надпись трудно различима и практически не читаема на общем фоне рекламы, выполненной в отличие от надписи с предупреждением, яркими, насыщенными цветами.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе предупреждение о вреде чрезмерного потребления пива является практически нечитаемым, трудно

различным, что в данном случае приравнивается к отсутствию указанного предупреждения, что в совокупности является нарушением требований части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе»).

Согласно частям 6, 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 3 статьи 21 данного закона несут рекламодатель и рекламораспространитель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

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

Установлено, что деятельность в летнем кафе, где распространялась рассматриваемая реклама, осуществляет ЗАО «КОСМИК». Данная информация также подтверждается на официальном сайте парков развлечения «КОСМИК» в сети «Интернет» <http://www.cosmik.ru>.

ЗАО «Космик» ранее предоставлялись пояснения (вх. № 7852 от 04.08.2015), в которых указано, что на летней веранде развлекательного центра «Космик» (на крыше ТРЦ «Аура») с 01 мая 2015 г. по 15 мая 2015 г. были размещены зонты с рекламой пива «Amstel Premium Pilsner». Указанные зонты с размещенными на них товарными знаками, логотипами и предупреждающими надписями (в готовом виде – без предварительного согласования с ЗАО «Космик») были предоставлены ЗАО «Космик» партнером ООО «ОБЪЕДИНЕННЫЕ ПИВОВАРНИ ХЕЙНЕКЕН» (далее «ОПХ») в рамках договора №2116/ Ф от 01.04.2013 г. Таким образом, ЗАО «Космик» не является рекламодателем и рекламопроизводителем данной рекламы.

Копия указанного договора представлена в материалы дела. В пояснениях ЗАО «Космик» также указано, что, рассмотрев представленные зонты, ЗАО «Космик» удостоверился, что предупреждающая надпись имеется в наличии, данной надписи отведено не менее 10 процентов рекламного пространства, надпись видна, различима и расположена в доступном для обозрения месте. Поскольку четких требований к размеру, цвету, шрифту и способу нанесения предупреждающей надписи в законодательстве не содержится, ЗАО «Космик», рассмотрев представленные зонты, принял решение разместить их на летней веранде, добросовестно полагая, что реклама полностью соответствует законодательству РФ о рекламе.

ООО «Объединенные Пивоварни Хайнекен» (вх. № 9652 от 28.09.2015) предоставило пояснения, согласно которых в целях приобретения летних зонтов в 2013-2015 годах данная организация заключила следующие договоры, а именно, соглашение от 18.02.2013 г. № 4501001535, соглашение от 25.02.2013 № 4501004342, договор от 31.01.2014 № 460003709, договор № AGR-2015-02245 от 01.04.2015 (Приложение № 4). На макетах, согласованных с целью исполнения вышеназванных договоров (Приложение № 7), четко просматривается, что предупредительная надпись выполнена надлежащим образом, в размере, предусмотренном действующим законодательством (не менее 10 %), надпись выполнена разборчиво и доступна к

прочтению. На момент возбуждения дела летние зонты «Amstel Premium Pilsener», находились под управлением ЗАО «Космик». В рамках договора № 2116 от 01 апреля 2013 года, заключенного между ООО «Объединенные Пивоварни Хайнекен» и ЗАО «Космик» (далее - Договор, Приложение № 1), ЗАО «Космик» оказывает услуги ООО «Объединенные Пивоварни Хайнекен» по размещению рекламы, в том числе в соответствии с пунктом 2 Приложения № 2 к договору все рекламные материалы размещаются в соответствии с действующим законодательством о рекламе. ООО «Объединенные Пивоварни Хайнекен» сообщает, что конструкция летнего зонта в процессе эксплуатации была подвержена воздействию внешних природных факторов, в особенности, принимая во внимание, что размещение зонтов производилась в 2013 году; требований к контрастности цвета надписи и цвета оформления летнего зонта законодательством о рекламе не предусмотрено. Как видно из представленных макетов предупредительная надпись выполнена четко и разборчиво. Учитывая изложенное, ООО «Объединенные Пивоварни Хайнекен» не могло повлиять на естественный износ конструкций, тем самым не имело возможности для соблюдения правил и норм, предусмотренных законодательством о рекламе. Вина ООО «Объединенные Пивоварни Хайнекен» в размещении рекламы не может быть установлена, так как фактически не доказан факт передачи летнего зонта с предупредительной надписью, выполненной ненадлежащим образом. Изменение контрастности предупредительной надписи требует полной замены рекламного оборудования (летнего зонта), что влечет для ООО «Объединенные Пивоварни Хайнекен» несоизмеримые по своей стоимости расходы.

В качестве приложений к указанным пояснениям ООО «Объединенные Пивоварни Хайнекен» (вх. № 9652 от 28.09.2015) приложены копия договора № 2116/Ф от 01.04.2013 г., копия дополнительного соглашения № 1, № 2 к данному договору; копии актов по договору № 2116/Ф от 01.04.2013 г.; в том числе акт-приемки-передачи услуг, за период соответствующий периоду размещения рассматриваемой рекламы № 1174 от 30 июня 2015 г., копии платежных поручений по договору № 2116/Ф от 01.04.2013 г.; копии соглашения от 18.02.2013 № 4501001535, соглашения от 25.02.2013 г. № 4501004342, копии договора от 31.01.2014 г. № 460003709, договора № AGR-2015-02245 от 01.04.2015 г.; копии ТТН по соглашению от 18.02.2013 г. № 4501001535, соглашению от 25.02.2013 г. № 4501004342, договору от 31.01.2014 г. № 460003709, договору № AGR-2015-02245 от 01.04.2015 г.; копии платежных поручений по соглашению от 18.02.2013 г. № 4501001535, соглашению от 25.02.2013 г. № 4501004342, договору от 31.01.2014 г. № 460003709, договору № AGR-2015-02245 от 01.04.2015 от 2013 г., 2014 г., 2015 г.; копия свидетельства о гос.регистрации ООО «Объединенные Пивоварни Хайнекен»; копия свидетельства о постановке ООО «Объединенные Пивоварни Хайнекен» на налоговый учет; копия выписки из ЕГРЮЛ в отношении ООО «Объединенные Пивоварни Хайнекен»; сведения о территории распространения рекламы.

На основании изложенного, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Объединенные Пивоварни Хайнекен», а рекламораспространителем является ЗАО «Космик».

Таким образом, ООО «Объединенные Пивоварни Хайнекен» и ЗАО «Космик» как рекламодатель и рекламораспространитель рассматриваемой рекламы соответственно несут ответственность за нарушение требований части 3 статьи 21 «О рекламе».

Из указанных документов, а также пояснений представителя ЗАО «Космик» следует, что срок размещения рассматриваемой рекламы закончился 21.05.2015г. и на момент рассмотрения дела реклама не распространяется.

Также установлено, что представитель ЗАО «Космик» был ознакомлен с материалами дела № 04-01/28-15, что подтверждается листом ознакомления с материалами дела от 04.04.2016 г., кроме того, мотивированно изложил свою позицию по существу рассматриваемого дела, предоставил имеющиеся у ЗАО «Космик» документы относительно распространения рассматриваемой рекламы и письменные пояснения в материалы дела.

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

Ответственность за нарушения требований части 3 статьи 21 «О рекламе» предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 4, 26, 37-43, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. В удовлетворении заявленного ЗАО «Космик» ходатайства отказать.
2. Признать ненадлежащей рекламу пива «Amstel Premium Pilsener», размещенную на зонтиках в летнем кафе парка развлечений «КОСМИК» на крыше ТЦ «Аура» по адресу: г. Ярославль, ул. Победы, д. 41, в которой предупреждение о вреде чрезмерного потребления пива является практически нечитаемым, трудно различимым, что в данном случае приравнивается к отсутствию указанного предупреждения, что в совокупности является нарушением требований части 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе».
3. Предписание ООО «Объединенные Пивоварни Хайнекен», ЗАО «Космик» не выдавать в связи с добровольным устранением нарушений.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Ярославского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «07» апреля 2016 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии М.Ф. Завьялов

Члены Комиссии: С.Д. Солодяшкина

М. Б. Ивнева