

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии

<...>,

Члены Комиссии:

<...>

рассмотрев дело № 133-ФАС22-Р/10-13 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту размещения в г.Бийске, на здании киоска «Пивная лавка у Модного», расположенного по пер.Гастелло, 27, наружной рекламы пива, в которой усматриваются признаки нарушения п.1 ч.3 ст. 5, п.5 ч.2 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее ФЗ «О рекламе»),

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - рекламоателя, рекламораспространителя – ИП Нелина А.В. (659325, г.Бийск, ул.Ленина, 76-23);

в отсутствие заявителя,

#### УСТАНОВИЛА:

Представитель заявителя на рассмотрение дела не явился. В силу п.30 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением правительства Российской Федерации от 17.08.2006г. № 508, не является препятствием для рассмотрения дела в отсутствие представителя указанного лица, в связи с тем, что заявитель своевременно и надлежащим образом извещен о времени и месте рассмотрения дела.

В Алтайское краевое УФАС России поступило письменное заявление жителя Алтайского края по признакам нарушения Федерального закона «О рекламе» (вхд. № 8359 от 25.09.2013г.).

Согласно указанному заявлению, в г.Бийске, по пер.Гастелло, 27, расположен киоск «Пивная лавка у Модного», на котором размещены 2 рекламные конструкции:

- 1) «Пиво Чешское Бориха Завод пивобезалкогольных напитков ООО «Идея», Алтайский край, с.Бориха. Чрезмерное употребление пива может вредить Вашему здоровью!»;
- 2) «Пивная лавка. Больше чем пиво! Самое лучшее всех сортов».

В соответствии с п.5 ч.2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе», наружная реклама 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 не допускается.

На основании изложенного при размещении указанной рекламы усматриваются признаки нарушения п.5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

Согласно п.1 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе», недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения, в том числе о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Использованное в рекламе словосочетание «Самое лучшее пиво всех сортов» предполагает, что в других магазинах пива реализуется товар более низкого качества, что является признаком нарушения п.1 ч.3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требований, установленных п. 5 ч.2 ст. 21 настоящего Федерального закона несет рекламодатель.

Ответственность за нарушение требований п.1 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель (ст. 38 Федерального закона «О рекламе»).

Рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (ст. 3 Федерального закона «О рекламе»).

Установлено, что деятельность в указанном киоске осуществляет ИП Нелин А.В., в связи с чем, он является рекламодателем и рекламодателем указанной рекламы.

На заседании Комиссии, ИП Нелин А.В. пояснил, что реклама размещена давно, поставщиками пива. Указанный плакат не рассматривался предпринимателем как реклама. В информации: «Пивная лавка. Больше чем пиво! Самое лучшее всех сортов» не закладывался смысл того, что у других продавцов пиво хуже.

Комиссия, изучив материалы дела, исследовав доказательства по делу, заслушав доводы стороны, пришла к следующим выводам.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона «О рекламе», под рекламой понимается 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.

Рассматриваемая информация полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», закрепленному в статье 3 Федерального закона

от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования, которыми являются пиво, пивная лавка.

Согласно подпункту «г» пункта 3 статьи 1 Федерального закона № 218-ФЗ от 18.07.2011г. «О внесении изменений в Федеральный закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» и отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившим силу Федерального закона «Об ограничениях розничной продажи и потребления (распития) пива и напитков, изготавливаемых на его основе», с 1 июля 2012г. 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.

Таким образом, объектом рекламирования в рассматриваемой рекламе является алкогольная продукция.

Статьей 21 Федерального закона «О рекламе», к рекламе алкогольной продукции установлены специальные требования и ограничения, в том числе запрет на размещение наружной 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.

Рассматриваемая реклама является наружной - размещена на внешней стене здания киоска «Пивная лавка у Модного», в связи с чем, при ее размещении нарушены требования п. 5 ч.2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

Пункт 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» запрещает сообщать недостоверные сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Данная норма вводит ограничительные требования к рекламе, в которой делаются сравнения. При сравнении с другим товаром в рекламе не должны приводиться не обладающие достоверностью, сомнительные и искаженные сведения о качестве или свойствах, выгодно отличающих один товар от другого, о превосходстве товара в сравнении с товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, о выгодах или возможностях, которые товар имеет по сравнению с другими.

Определением о возбуждении дела № 133-ФАС22-Р/10-13 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 17.10.2013г. у ИП Нелина А.В. запрашивались документы, подтверждающие достоверность использования в рекламе словосочетания «Самое лучшее пиво».

Указанные документы на заседание Комиссии, не представлены.

На основании изложенного, Комиссия приходит к выводу о нарушении в рассматриваемой рекламе требований п.1 ч.3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Таким образом, Комиссией установлено, что при размещении в г.Бийске, на здании киоска «Пивная лавка у Модного», расположенного по пер.Гастелло, 27, наружной рекламы пива, рекламодателем, рекламораспространителем – ИП Нелиным А.В. нарушены требования п.1 ч.3 ст. 5, п. 5 ч.2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с ч.4 ст. 38 Федерального закона «О рекламе», нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь частью 2 пункта 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 наружную рекламу пива, размещенную в г.Бийске, на здании киоска «Пивная лавка у Модного», расположенного по пер.Гастелло, 27, поскольку при ее размещении нарушены требования п.1 ч.3 ст. 5, п. 5 ч.2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».
2. Выдать рекламодателю, рекламораспространителю – ИП Нелину А.В. предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Алтайского краевого УФАС России для возбуждения в отношении ИП Нелина А.В. дела об административном правонарушении, предусмотренном ч.1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

#### ПРЕДПИСАНИЕ №154 О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии

<...>,

Члены Комиссии:

<...>,

на основании своего решения от 07 ноября 2013г. по делу № 133-ФАС22-Р/10-13 о признании ИП Нелина А.В. нарушившим требования п.1 ч.3 ст. 5, п.5 ч.2 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» при размещении в г.Бийске, на здании киоска «Пивная лавка у Модного» по пер. Гастелло, 27, ненадлежащей наружной рекламы пива, и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

#### ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП Нелину А.В. (Алтайский край, 659650, г.Бийск, ул.Ленина, 76-23), в течение 15 дней со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации, а именно прекратить размещать наружную рекламу алкогольной продукции, в которой также нарушены требования п1.ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

2. ИП Нелину А.В. (Алтайский край, 659650, г.Бийск, ул.Ленина, 76-23), представить в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 22 ноября 2013г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю 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 Арбитражным процессуальным кодексом Российской Федерации.