

## РЕШЕНИЕ

по делу № 08-04-16/30

30 ноября 2016 года

г. Мурманск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

Председателя комиссии – заместитель руководителя управления – Попова Ирина Николаевна;

Членов комиссии: начальник отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Коптев А.С., главный специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Мороз С.В.,

рассмотрев дело № 08-04-16/30 от 01.11.2016 по признакам нарушения Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (далее - Закон о рекламе) в присутствии представителя ООО «Баварский дом» <...> ( по доверенности)

### УСТАНОВИЛА:

В ходе мониторинга наружной рекламы управлением Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области 27.07.2016 в г. Мурманске на улице Книповича, д.5 на внешней стене здания выявлена реклама пива, изображающая бокалы с пенным напитком, следующего содержания: «тёмное Карлштайн нефильтованное Живое настоящее чешское качество!»; «медовое Карлштайн нефильтованное Живое настоящее чешское качество!»; «светлое Карлштайн нефильтованное Живое настоящее чешское качество!»; «Мурманская частная пивоварня Карлштайн», с признаками нарушения пунктов 5 и 6 части 2 статьи 21 и части 3 статьи 21 Закона о рекламе.

В соответствии со статьей 3 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.

В силу пунктов 5 и 6 части 2 статьи 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 детских, образовательных, медицинских, санаторно-курортных, оздоровительных, военных организациях, театрах, цирках, музеях, домах и дворцах культуры, концертных и выставочных залах, библиотеках, лекториях, планетариях и на

расстоянии ближе чем сто метров от занимаемых ими зданий, строений, сооружений.

Частью 3 статьи 21 Закона о рекламе определено, что 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).

Согласно части 1 статьи 5 закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с пунктом 3 статьи 5 Закона о рекламе недобросовестной признается реклама, которая представляет собой рекламу товара, реклама которого запрещена данным способом, в данное время или в данном месте, если она осуществляется под видом рекламы другого товара, товарный знак или знак обслуживания которого тождествен или сходен до степени смешения с товарным знаком или знаком обслуживания товара, в отношении рекламы которого установлены соответствующие требования и ограничения, а также под видом рекламы изготовителя или продавца такого товара.

Комиссией в присутствии понятой составлен акт осмотра рекламы, сделаны фото рекламы, и произведены замеры до здания, в котором находится образовательное заведение - колледж имени Месяцева И.И.(Рыбопромышленный колледж, ул. Шмидта, д.19).

Реклама пива размещена на внешней стене здания по всему периметру магазина, без предупредительной надписи о вреде употребления алкогольной продукции.

Согласно произведенным замерам, расстояние от рекламы до стены здания учебного заведения составило 32 метра.

В ходе составления акта осмотра рекламы было установлено, что в торговой точке «Чешска пивница» по ул. Книповича, д.5 осуществляется розничная продажа разливного пива на вынос четырех сортов: пиво «Карлштайн янтарное 4,5 алк.», «Карлштайн темное 48 алк.», «Карлштайн светлое 4,5 алк.», «Карлштайн медовое 4,8 алк.».

В соответствии с пунктом 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 N 171-ФЗ "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции" алкогольная продукция - 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.

По запросу Мурманского УФАС России Комитет градостроительства и территориального развития представил топографический план участка от дома

№5 по ул. А. Книповича до дома №19/1 по ул. Шмидта, который подтвердил, что расстояние от место нахождения организации «Чешска пивница» (ООО «Баварский дом») до колледжа имени Месяцева И.И. составляет 30 метров.

Комиссия в ходе рассмотрения дела по признакам нарушения рекламного законодательства, изучила рекламу, материалы дела, заслушала позицию представителя ООО «Баварский дом».

Рассматриваемая реклама содержит все юридические признаки:

-реклама, размещенная на внешней стене здания по всему периметру магазина, привлекает внимание неопределенного круга лиц, как к торговой точке «Чешска пивница» «Мурманская частная пивоварня Карлштайн», так и к товарам - пиву, изображенном в виде бокала с пенным напитком.

-формирует и поддерживает интерес потребителя к продукции реализуемой ООО «Баварский дом» – ««тёмное Карлштайн нефилтрованное Живое настоящее чешское качество!»; «медовое Карлштайн...»,

-преследует строго заданные цели информирования о продукции и продвижении её на рынке.

В рекламе отсутствует предупредительная надпись о вреде чрезмерного употребления пива, требуемая законодательством.

Объектами рекламирования являются:

-торговая точка «Чешска пивница»;

- алкогольная продукция магазина:«тёмное Карлштайн нефилтрованное Живое настоящее чешское качество!»; «медовое Карлштайн...».

ООО «Баварский дом» по запросу антимонопольного органа представило часть запрашиваемой информации, из которой следует, что ООО «Баварский дом» заключило договор аренды № 13-05/БД от 01.05.2016 г с ООО «Арктикэкология».

ООО «Баварский дом» арендует часть помещения (11,2 квадратных метр), первый этаж по ул. Книповича, д.5 (ТК «Русь») с 01.05.2016 года по 31.05.2017г.

Общество с ограниченной ответственностью «Баварский дом» (ИНН 5190032529, ОГРН 1145190004574 от 02.04.2014, юридический адрес 183034, г. Мурманск, ул. Транспортная, 7А) осуществляет деятельность ресторанов и кафе, в том числе торговлю розничную пивом в специализированных магазинах (47.25.12).

Из пояснений представителя следует, что реклама изготовлена по макету Общества и размещена на внешней стене здания собственными силами. Договоры на изготовление рекламы Общество утеряло при переезде.

Общество осознает, что нарушило рекламное законодательство, разместив рекламу пива на наружной стене здания, без предупредительной надписи о вреде алкогольной продукции, и вблизи общеобразовательного учреждения. Общество поясняет, что нарушение совершило без злого умысла и обязуется устранить нарушение.

Таким образом, установлено, что ООО «Баварский дом» в целях продвижения своей торговой точки «Чешска пивница» и алкогольной продукции разместило 27.07.2016 по 28.11.2016 рекламу на внешней стене здания по адресу: г. Мурманск, ул. Книповича, д.5 в отсутствие предупредительной надписи и вблизи общеобразовательного учреждения, содержащую информацию об алкогольной продукции и продавце: «тёмное Карлштайн нефильтованное Живое настоящее чешское качество!»; «медовое Карлштайн нефильтованное Живое настоящее чешское качество!»; «светлое Карлштайн нефильтованное Живое настоящее чешское качество!»; «Мурманская частная пивоварня Карлштайн»», что недопустимо, в соответствии с требованиями пунктов 5 и 6 части 2 статьи 21 и части 3 статьи 21 Закона о рекламе.

В отношении рекламы алкогольной продукции законодательством установлены специальные требования и ограничения (пункты 5 и 6 части 2 статьи 21 и части 3 статьи 21 Закона о рекламе), а именно реклама алкогольной продукции:

-не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения, монтироваться на конструктивном элементе здания;

- не должна размещаться менее чем в 100 метрах от детских, образовательных, медицинских, санаторно-курортных, оздоровительных, военных организациях, театрах, кинотеатрах, цирках, музеях, домах и дворцах культуры, концертных и выставочных залах, библиотеках, лекториях, планетариях;

-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).

Исследовав представленные материалы, Комиссия признала рекламу ООО «Баварский дом» недобросовестной и ненадлежащей и не соответствующей требованию части 3 статьи 21 и пунктам 5 и 6 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктами 6 и 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение пунктов 5 и 6 части 2 статьи 21 Закона о рекламе возложена на рекламодателя, за нарушение части 3 статьи 21 Закона ответственность несет как на рекламодателя так и на рекламодателя.

Рекламодателем и рекламодателем является ООО «Баварский дом» (ИНН 5190032529, ОГРН 1145190004574 от 02.04.2014, юридический адрес 183034, г. Мурманск, ул. Транспортная, 7А).

Руководствуясь пунктом 2 части 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, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1.Признать рекламу: «тёмное Карлштайн нефильтованное Живое настоящее чешское качество!»; «медовое Карлштайн нефильтованное Живое настоящее

чешское качество!»; «светлое Карлштайн нефилтрованное Живое настоящее чешское качество!»; «Мурманская частная пивоварня Карлштайн», размещенную 27.07.2016 по 28.11.2016 на внешней стене здания по адресу: г. Мурманск, ул. Книповича, д.5 недобросовестной и ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 3 статьи 21 пунктов 5 и 6 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

2. Выдать предписание ООО «Баварский дом» (ИНН 5190032529, ОГРН 1145190004574 от 02.04.2014, юридический адрес 183034, г. Мурманск, ул. Транспортная, 7А) о прекращении нарушения и соблюдении требований части 3 статьи 21 и пунктов 5 и 6 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Мурманского УФАС России для возбуждения дел об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении ООО «Баварский двор».

Резолютивная часть решения объявлена 28 ноября 2016 года.

Решение изготовлено в полном объеме 30 ноября 2016 года.

В соответствии со статьей 37 Закона о рекламе, решение, антимонопольного органа могут быть оспорены в суде или арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения, выдачи предписания.

Председатель комиссии: И.Н. Попова

Члены комиссии: А.С. Коптев

С.В. Мороз

## ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе по делу

№ 08-04-16/30

30.11.2016 года

г. Мурманск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

Председателя комиссии – заместитель руководителя управления – Попова Ирина Николаевна;

Членов комиссии: начальник отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Коптев А.С. и главный специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Мороз С.В.,

на основании своего решения № 08-04-16/30 от 30.11.2016 о нарушении Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (Далее - Закон о рекламе) о признании рекламы: «тёмное Карлштайн нефильТРованное Живое настоящее чешское качество!»; «медовое Карлштайн нефильТРованное Живое настоящее чешское качество!»; «светлое Карлштайн нефильТРованное Живое настоящее чешское качество!»; «Мурманская частная пивоварня Карлштайн», размещенную 27.07.2016 по 28.11.2016 на внешней стене здания по адресу: г. Мурманск, ул. Книповича, д.5 недобросовестной и ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 3 статьи 21 и пунктов 5 и 6 части 2 статьи 21 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ, и в соответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508,

#### ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Рекламодателю и рекламораспространителю – ООО «Баварский дом» (ИНН 5190032529, ОГРН 1145190004574 от 02.04.2014, юридический адрес 183034, г. Мурманск, ул. Транспортная, 7А) прекратить нарушение требований части 3 статьи 21 и пунктов 5 и 6 части 2 статьи 21 Закона о рекламе и обеспечить соблюдение указанных норм, а именно, реклама алкогольной продукции:

- не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения, монтироваться на конструктивном элементе здания;

- не должна размещаться менее чем в 100 метрах от детских, образовательных, медицинских, санаторно-курортных, оздоровительных, военных организациях, театрах, кинотеатрах, цирках, музеях, домах и дворцах культуры, концертных и выставочных залах, библиотеках, лекториях, планетариях;

- 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).

2. Об исполнении предписания и принятых мерах сообщить в УФАС по Мурманской области до 09 декабря 2016 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ФАС России вправе, в соответствии с частью 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 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель комиссии: И.Н. Попова

Члены комиссии: А.С.Коптев

С.В. Мороз