

Председатель Комиссии Забайкальского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе руководитель управления, рассмотрев материалы, указывающие на признаки нарушения ИП Финогеевым Д.В. пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

### **УСТАНОВИЛ:**

В Забайкальское УФАС России поступили материалы от Управления потребительского рынка администрации городского округа «Город Чита» указывающие на признаки нарушения законодательства РФ о рекламе.

По адресу - ул. Красной звезды, 22, г. Чита, Забайкальский край, под вывеской «Пивко», размещена рекламная конструкция с информацией, следующего содержания: «Чешское, арсенальное, сибирское, немецкое, жигулевское, вкусности, солености, рыба, чипсы, всегда свежее. Чрезмерное Употребление алкоголя вредит вашему здоровью» с изображением кружки и рыбы.

В соответствии с пунктом 1 статьи Закона о рекламе, реклама - это информация, распространяемая 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.

Пункт 2 статьи 3 Закона о рекламе определяет объект рекламирования как 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.

В силу указанных норм Закона о рекламе указанная выше информация, соответствует понятию рекламы, закрепленному в действующем законодательстве, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – пиву и способствует продвижению обозначенного товара на рынке.

Согласно пункту 16 [информационного письма](#) Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 N 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Таким образом, объектом рекламирования является пиво сортов « чешское», «арсенальное», «сибирское», «немецкое», «жигулевское».

В соответствии с Федеральным законом от 18 июля 2011г. № 218-ФЗ, с 1 июля 2012 года, «пиво и напитки, изготавливаемые на его основе» приравнены к алкогольной продукции.

Так, в соответствии с частью 7 статьи 2 Федеральный закон от 22 ноября 1995 г. N 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового

спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной 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, сидр, пуаре, медовуха;

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе ненадлежащей рекламой является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Указанная выше реклама содержит признаки нарушения пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

В соответствии с [пунктом 5 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 соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

Рекламодателем в силу пункта 7 статьи 3 Закона о рекламе является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

По информации представленной Управлением потребительского рынка администрации городского округа «Город Чита» рекламодателем является ИП Финогеев Д.В.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508;

#### **ОПРЕДЕЛИЛ:**

1. Возбудить производство по делу № 20 по признакам нарушения пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе в отношении ИП Финогеева Д.В. .
2. Признать лицами, участвующими в деле:

- заявитель – Управление потребительского рынка Администрации городского округа «Город Чита»;

- лицо, действия которого содержат признаки нарушения закона о рекламе - ИП  
Финогеев Д.В.

3. Назначить дело № 20 к рассмотрению **на 8 октября 2015 года в 10 часов 00 минут**, по адресу: г. Чита, ул. Лермонтова, 14, каб. 1.

5. Явка законных представителей с надлежащим образом заверенными доверенностями на участие в рассмотрении дела обязательна.

**4. ИП Финогееву Д.В. в срок до 5 октября 2015 года** представить следующие документы и материалы:

- надлежащим образом заверенную копию выписки из ЕГРИП;

- надлежащим образом заверенную копию договора на изготовление и размещение указанной выше рекламы;

- документы, подтверждающие право на размещение указанной выше рекламной конструкции;

- список ассортимента пива (по видам, сортам и маркам), реализуемых в магазине «Пивко», по адресу ул. Красной звезды, 22, г. Чита.

- письменное пояснение по признакам нарушения пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

**Одновременно напоминаем, что в соответствии с частью 6 статьи 19.8 КоАП непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации) –**

**влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двух тысяч до десяти тысяч рублей; на юридических лиц - от двадцати тысяч до двухсот тысяч рублей.**

Председатель Комиссии