

## РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №130-ФАС22-Р/09-16

Решение изготовлено в полном объеме 25 октября 2016 года.  
г.Барнаул

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

<...>

рассмотрев дело №130-ФАС22-Р/09-16 по факту размещения рекламы алкогольной продукции на фасаде здания, расположенного по адресу г.Барнаул, ул. Георгия Исакова, 167 (магазин «Хмельная кружка»), в которой усматриваются признаки нарушения п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе»,

в присутствии:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – рекламодателя ИП Синеокого <...>, С<...> (без доверенности),

### УСТАНОВИЛА:

управлением Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю установлен факт размещения по адресу: г.Барнаул, ул.Георгия Исакова, 167 (магазин «Хмельная кружка») рекламной конструкции с изображением кружек наполненных пенными напитками, с указанием логотипов и названием алкогольной продукции: «Guinness», «Paulaner»; «напитки хранятся в профессиональном холодильном оборудовании, чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью», в которой усматриваются признаки нарушения п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе», наружная реклама алкогольной продукции с использованием технических средств стабильного размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их не допускается.

В заседании комиссии ИП Синеокий пояснил, что в данном баннере изображено безалкогольное пиво марок «Guinness», «Paulaner». На кружках с изображенными марками пива, указано 0% алкоголя. С рекламным агентством, изготовившим баннер, обсуждали, что будет рекламироваться неалкогольная продукция. Договор с рекламным агентством отсутствует, по причине потери. Договоров поставки пива марок «Guinness», «Paulaner» нет, поскольку данное пиво у них не реализуется.

Комиссия, рассмотрев материалы дела и заслушав пояснения ИП Синеокого, дав им надлежащую оценку, пришла к следующим выводам.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006г № 38-ФЗ «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.

Рассматриваемая рекламная информация полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», закрепленному в статье 3 Федерального закона «О рекламе», направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к пиву марок «Guinness», «Paulaner», к лицу, его реализующему-магазину «Хмельная кружка», способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их на рынке.

Согласно подпункта 7 статьи 2 Федерального закона от 18.07.2011г. №218-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» 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, коньяк), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

Согласно ч.3 ст.21 Федерального закона «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).

Обозначенная рекламная информация содержит предупреждение, предусмотренное для рекламы алкогольной продукции в соответствии с ч. 3 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

Также на рекламной конструкции размещен логотип пива «Guinness» принадлежащий компании «Diageo». Логотип пива «Paulaner» принадлежит компании «Heineken» и является импортируемым брендом.

В соответствии с письмом ФАС от 15.06.2016г. №СП/40322/16 «О рекламе безалкогольного пива», если распространяется реклама безалкогольного пива с использованием средств индивидуализации продукции (товарных знаков), используемых для обозначения, в том числе пива с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции или иной алкогольной продукции, и из рекламы четко не следует, что объектом рекламирования является именно безалкогольное пиво, то такая реклама должна соответствовать требованиям статьи 21 Федерального закона "О рекламе". На совместном заседании Экспертного совета по применению законодательства о рекламе и Экспертного совета по недобросовестной конкуренции, состоявшемся 19.11.2015, представителями Союза российских пивоваров (некоммерческая организация, объединяющая производителей пивоваренной продукции Российской Федерации) был представлен знак безалкогольной продукции (пиктограмма), размещение которого в рекламе безалкогольного пива должно служить указанием на то, что

рекламируемый напиток не содержит алкоголя, то есть не является алкогольной продукцией, а также способствовать формированию у потребителей ассоциации такой пиктограммы с безалкогольной продукцией.

Рассматриваемая реклама знака безалкогольной продукции не содержит.

В соответствии с п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе», наружная реклама алкогольной продукции с использованием технических средств стабильного размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их не допускается.

В соответствии с ч.4 ст.2 Федерального закона «О рекламе», специальные требования и ограничения, установленные Федеральным законом «О рекламе» в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

В соответствии с п.2 Постановления Пленума ВАС № 58 от 08.10.2012г. «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»», при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы судам необходимо учитывать, что размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

Комиссия, проанализировав имеющуюся информацию, пришла к выводу, что с учетом изображенных логотипов пива и кружек, наполненных пенными напитками, размещенных на рекламных конструкциях, с указанием предупреждения о вреде ее чрезмерного потребления алкоголя, данная реклама очевидно ассоциируется с рекламой алкогольной продукции (пива).

Реклама пива магазина «Хмельная кружка» размещена на фасаде здания, доступна для всеобщего обозрения, обращена к неопределенному кругу лиц.

В магазине «Хмельная кружка» по адресу г.Барнаул, ул.Георгия Исакова, 167, торговую деятельность осуществляет ИП Синеокий <...>.

Таким образом, рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ИП Синеокий <...>.

Данные обстоятельства указывают на ненадлежащую рекламу, поскольку при ее размещении и распространении не соблюдены требования п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

Реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, признается, согласно п.4 ст.3 Федерального закона «О рекламе», ненадлежащей.

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

На основании изложенного, Комиссией установлен факт нарушения ИП Синеокиным п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе», выразившегося в размещении рекламной конструкции на фасаде, расположенного по адресу: г.Барнаул, ул.Георгия Исакова, д.167, наружной рекламы алкогольной продукции (пива), распространение которой не допускается.

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 наружную рекламу алкогольной продукции (пиво), размещенную на фасаде здания, расположенного по адресу: г.Барнаул, ул.Георгия Исакова, 167 (магазин «Хмельная кружка»), ненадлежащей.
2. Признать рекламодателя - ИП Синеокого нарушившим п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».
3. Выдать ИП Синеокому 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.

<...>

#### ПРЕДПИСАНИЕ №149

о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

25 октября 2016г.

г. Барнаул

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

<...>

на основании своего решения от 25 октября 2016 г. по делу №130-ФАС22-Р/09-16 о признании ненадлежащей рекламы алкогольной продукции, размещенной по адресу: г.Барнаул, ул. Георгия Исакова, д.167, поскольку при ее размещении нарушено требование п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» 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 Синеокому в **десятидневный срок** со дня вынесения предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: прекратить размещение рекламы алкогольной продукции на фасаде здания, расположенного по адресу: г.Барнаул, ул. Георгия Исакова, 167.

2. ИП Синеокому представить в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **до 14 ноября 2016 года**.

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 до пятисот тысяч рублей.

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

<...>