

ФАС

ФАС

**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ**

148, г. Тюмень, ул. Холодильная, 58а
5

тел. 50-

РЕШЕНИЕ №Р17/19-21

27.04.2017 г.

г. Тюмень

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель
Комиссии:

<...>

- заместитель
руководителя
управления;

Члены Комиссии:

<...>

- заместитель начальника
отдела КСЗ;

<...>

- главный специалист-
эксперт отдела КСЗ,

рассмотрев дело № Р17/19-21, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

в присутствии представителей:

от <...> – не явился, извещен,

от ИП <...> – <...> (паспорт гражданина РФ), <...> (доверенность № <...> от 20.04.2017г.),

УСТАНОВИЛА:

В Тюменское УФАС России из Прокуратуры Калининского административного округа г. Тюмени, поступили обращения <...> (вх. № 923 от 09.02.2017г., вх. № 690 от 31.01.2017г.) по факту распространения рекламы алкогольной продукции в нарушение требований рекламного законодательства.

Определением №Р17/19-21 от 31.03.2017г. было возбуждено дело №Р17/19-21 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Комиссия, исследовав имеющиеся материалы дела, заслушав лиц, участвующих в деле, пришла к следующим выводам.

Согласно статье 3 Закона о рекламе, *рекламой* является 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; *объект рекламирования* - 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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот; *ненадлежащая реклама* - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Независимо от формы или используемого средства распространения, реклама должна быть распознаваема без специальных знаний или без применения технических средств непосредственно в момент ее представления именно как реклама.

Таким образом, признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, сформировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

В данной рекламе, распространяемой с использованием рекламной конструкции по адресу: г. Тюмень, ул. <...>, информация направлена

на привлечение внимания **потребителей** именно к **магазину разливных напитков «2В», а так же непосредственно к продукции реализуемой данным магазином: «пиво «Ж» (Новосибирск)».**

Таким образом, информация, распространяемая с использованием рекламной конструкции по адресу: г. Тюмень, ул. <...>, соответствует понятию, изложенному в ст. 3 Федерального закона «О рекламе» и **является рекламной, где объектом рекламирования, является магазин разливных напитков «2В», а так же непосредственно сама продукция реализуемая данным магазином: «пиво «Ж» (Новосибирск)».**

Как следует из [части 1 статьи 5](#) Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются. Реклама является средством продвижения товаров, работ и услуг, а также самого изготовителя или продавца рекламируемого товара на определенном рынке. Вместе с тем способ, форма и средства распространения соответствующей информации имеет существенное значение. Ненадлежащей рекламой согласно [подпункту 4 статьи 3](#) Закона «О рекламе» является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно Федеральному закону от 22.11.1995 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, коньяк), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

[Пунктом 5 ч. 2 ст. 21](#) Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» предусмотрено, что 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.

Актом осмотра от 24.03.2017г., установлено, что на дверном стекле входа в магазин по адресу: г. Тюмень, ул. <...>, размещена информация следующего содержания: «Акция «2В» 3л+1л в подарок «Ж» /Новосибирск/ ежедневно Понедельник, Четверг: 3л+0,5 в подарок любого пива кроме «Ж» /Новосибирск Мы рады видеть Вас».

Согласно ч. 4 ст. 2 Закона о рекламе, специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным [законом](#) 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.

Распространяемая информация направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к алкогольной продукции «пиво «Ж» (Новосибирск)», равно как и к продавцу алкогольной продукции: магазину разливных напитков «2В», формирование и поддержание интереса у потенциального потребителя рекламы к объекту рекламирования и продвижение его на соответствующем товарном рынке.

Поскольку объектом рекламирования в данном случае является алкогольная продукция «пиво «Ж» (Новосибирск)» и магазин разливных напитков «2В», то их реклама 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 них.

Кроме того, согласно ч. 3 ст. 21 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).

Вместе с тем, как установлено материалами дела (акт осмотра от 24.03.2017г.), реклама продавца алкогольной продукции и самой алкогольной продукции не сопровождается предупреждением о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции.

Таким образом, реклама, размещенная на дверном стекле входа в магазин по адресу: г. Тюмень, ул. <...>, не соответствует требованиям [п. 5 ч. 2, ч. 3 ст. 21](#) Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», поскольку размещается с использованием технического средства стабильного территориального размещения (рекламная конструкция) и без сопровождения предупреждением о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции.

В соответствии с ч. 4 ст. 38 Закона «О рекламе», нарушение рекламоателями, рекламопроизводителями, рекламодателем, рекламодателями, рекламодателями законодательства РФ о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством РФ об административных правонарушениях.

В соответствии с ч. 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение п. 5 ч. 2, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе несет как рекламодаделец, так и рекламодатель.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона «О рекламе», рекламодаделец – это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с п. 7 ст. 3 Закона «О рекламе», рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Как установлено материалами дела, рекламодателем и рекламодателем выше указанной рекламы является ИП <...> (<...>) как лицо, определившее объект рекламирования и осуществившее распространение вышеуказанной рекламы.

Согласно [пункту 44](#) Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении

нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Вместе с тем, ответчиком представлены документальные доказательства о прекращении размещения рекламы в нарушение требований рекламного законодательства.

На основании изложенного, Комиссия приходит к выводу об отсутствии необходимости выдачи ИП <...> предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42, 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу алкогольной продукции, распространяемой на дверном стекле входа в магазин по адресу: г. Тюмень, ул. <...>, следующего содержания: «Акция «2В» 3л+1л в подарок «Ж» /Новосибирск/ ежедневно Понедельник, Четверг: 3л+0,5 в подарок любого пива кроме «Ж» /Новосибирск Мы рады видеть Вас», **ненадлежащей**, поскольку в ней нарушены требования п. 5 ч. 2, ч. 3 ст. 21 Федерального закона от 13.03.06 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе не выдавать, в связи с отсутствием основания.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тюменского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме _____ года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель комиссии

<...>

Члены комиссии

<...>

<...>