

апреля 2021 года

г. Пенза, ул. Урицкого, 127

мотивная часть решения объявлена 19 апреля 2021 года.

ссия Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

смотрев дело № 058/05/21-242/2021 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

Пензенское УФАС России поступило обращение Администрации города Кузнецка Пензенской области по поводу распространения в городе Кузнецке (ул. Белинского, 18) рекламы алкогольной продукции (пива), с нарушением законодательства о рекламе.

Пензенским УФАС России определением от 26.03.2021 по факту распространения рекламы алкогольной продукции (пива), размещенной в г. Кузнецке Пензенской области, возбуждено дело № 058/05/21-242/2021 по признакам нарушения пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе». К участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечен индивидуальный предприниматель

при рассмотрении настоящего дела ИП не присутствовал. В адрес Пензенского УФАС России представил ходатайство о рассмотрении дела № 058/05/21-242/2021 без его участия.

Исследовав представленные документы, Комиссия пришла к следующему выводу.

При рассмотрении заявления установлено, что на внешней стене торгового объекта (адреса), находящегося на территории г. Кузнецка по адресу: г. Кузнецк, ул. Белинского, размещен рекламный баннер следующего содержания:

«Натуральный продукт Частная пивоварня Хмельбург (с изображением банок с надписью «Улевское пиво»). Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью (с изображением бочонка, кружки с пенным напитком и колосьев)».

В соответствии со статьёй 3 ФЗ «О рекламе» рекламой является информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии с письмом ФАС России от 05.04.2007 № АЦ/4624, под неопределённым кругом понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу

визации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как направленность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе упоминания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых она направлена.

Рассматриваемая информация по своему содержанию и целевой направленности является рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования, формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

Согласно пункту 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе», объект рекламирования – товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное мероприятие, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Объектом рекламирования в рассматриваемом случае является производитель и продавец алкогольной продукции (пива), а также сама алкогольная продукция – «Улевское пиво».

Согласно пункту 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 №171 «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 изготовлена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 0,5 процентов объема готовой продукции, за исключением безалкогольной продукции в соответствии с перечнем, установленным Правительством Российской Федерации. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как крепкие напитки (в том числе водка), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива.

В том числе к алкогольной продукции относится пиво с содержанием этилового спирта не более 0,5 процентов объема готовой продукции.

Судом ВАС РФ в пункте 2 Постановления от 08.10.2012 г. № 58 «О некоторых вопросах применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указал, 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 указанных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

В соответствии с пунктом 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного и долговременного размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на фасадах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений и вне их.

Поскольку Федеральный закон «О рекламе» (в том числе статья 19) не содержит исчерпывающего перечня видов рекламных конструкций, в связи с чем рекламной конструкцией является любое техническое средство стабильного размещения. В спорном деле все рассматриваемые в рамках дела рекламные надписи (изображения) были нанесены на внешней стене павильона и, соответственно, были направлены на

влечение внимания неопределенного круга лиц – потребителей указанной рекламы, что нарушает пункт 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

в соответствии с частью 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется личная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов.

под торговой маркой «Жигулевское» выпускается также с содержанием этилового спирта пять и более процентов. В соответствии с частью 4 статьи 21 ФЗ «О рекламе», специальные требования и ограничения, установленные 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.

изображение пивоварни «Хмельбург» в совокупности с надписью «Жигулевское пиво» (с изображением банок) и надписи «Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью» (с изображением бочонка, кружки с пенным напитком и колосьев) позволяет индивидуализировать данный объект как производство пива и магазин, реализующий алкогольную продукцию, соответственно указанные в рекламе сведения воспринимаются как реклама производителя и продавца алкогольной продукции.

Нарушение требований части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» рассматриваемая в рамках настоящего дела реклама Жигулевского пива распространяется вне стационарного торгового объекта.

Изображение: «Натуральный продукт Частная пивоварня Хмельбург (с изображением банок с надписью «Жигулевское пиво»). Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью (с изображением бочонка, кружки с пенным напитком и колосьев)», ассоциируется с алкогольной продукцией (пивом) и формирует у потребителей рекламы повышенный интерес к пиву, алкогольной продукции.

Кроме того, воспроизведенная в рассматриваемой рекламе информация, размещенная на внешней стене торгового объекта (магазина), т.е. представленная значительной частью изображения г. Кузнецка, очевидно ассоциируется у потребителя, в силу закона, с относящегося к взрослой возрастной категории, с алкогольной продукцией, по своему содержанию привлекает интерес к пиву «Жигулевское». Данная информация направлена на привлечение внимания и поддержание интереса к алкогольной продукции. Следовательно, такая информация является рекламой алкогольной продукции, а поэтому должна соответствовать специальным требованиям и ограничениям, установленным статьей 21 ФЗ «О рекламе».

Таким образом, учитывая вышеизложенные обстоятельства, реклама алкогольной продукции, распространяемая на внешней стене торгового объекта (магазина), находящегося на территории г. Кузнецка по адресу: г. Кузнецк, ул. Белинского, 18 нарушает требования пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Согласно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за

шение требований, установленных частями 2-5 статьи 21 настоящего закона несет амораспространитель.

тельность по вышеуказанному адресу осуществляет индивидуальный «приниматель, основной вид деятельности по ОКВЭД – 47.25.12 «Торговля розничная ом в специализированных магазинах».

им образом, рекламораспространителем вышеуказанной рекламы является ИП .

ывая вышеизложенное и основываясь на фактических обстоятельствах дела, Комиссия пла к выводу, что ИП . нарушил требования пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О «аме».

асно статье 1 Закона о рекламе, целями данного закона являются развитие рынков ров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, зпечение в Российской Федерации единства экономического пространства, визации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, зупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а «е пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

ответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, зужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, при установлении «а нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный ин в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному занным) устранить выявленное правонарушение предписание о прекращении шения законодательства Российской Федерации о рекламе.

тей 33 Закона о рекламе предусмотрены полномочия антимонопольного органа на «ствление государственного надзора в сфере рекламы, в частности, выдавать «амодателям, рекламораспространителям, рекламопроизводителям обязательные для лнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской эрации о рекламе.

1.2021 ИП представил в Пензенское УФАС России письменные пояснения и зательства, из которых следует, что реклама, несоответствующая требованиям «одательства о рекламе, устранена и не распространяется.

ззи с чем, Комиссия приходит к выводу предписание ИП не выдавать.

силу части 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламодателями, «мопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской эрации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с «одательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

водствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О «аме» и в соответствии с пунктами 42-48 Правил рассмотрения антимонопольным ином дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской эрации о рекламе от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

РЕШИЛА:

изнать ненадлежащей рекламу алкогольной продукции (пива) - «Натуральный продукт пивоваренная компания Хмельбург (с изображением банок с надписью «Жигулевское пиво»). Умеренное употребление алкоголя вредит вашему здоровью (с изображением бочонка, банки с пенным напитком и колосьев)», распространяемую на внешней стене торгового объекта (магазина), находящегося на территории г. Кузнецка по адресу: ул. Белинского, 18, поскольку при ее распространении нарушены требования пункта 5 части 2, части 2.1 и 2.1 Федерального закона «О рекламе».

в связи с тем, что реклама снята с распространения, предписание о прекращении распространения законодательства о рекламе не выдавать.

передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Пензенского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.