

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области (далее – Волгоградское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – Никуйко Ирина Борисовна – заместитель руководителя Управления;

член Комиссии – Алимova Елена Владимировна – заместитель начальника отдела контроля государственных и муниципальных закупок, недобросовестной конкуренции и рекламы;

член Комиссии – Власова Екатерина Александровна – ведущий специалист-эксперт,

рассмотрев дело № 17-03-21-02/320, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, выразившееся в использовании изображения скульптуры «Родина-мать зовёт!» и Георгиевской ленты при рекламировании продукции завода «Пивовар» по адресу г. Волгоград ул. Рабоче-Крестьянская, д. 65,

в отсутствие представителей ООО «Пивовар – Живое пиво ИБТ»», ООО «Держава ЮФО», ООО «Щит» и заявителя (надлежаще уведомлены),

УСТАНОВИЛА:

В Волгоградское УФАС России поступили материалы из отдела по работе с обращениями граждан и организаций Аппарата губернатора Волгоградской области (вх. № 4084 от 03.05.2017), и аналогичные материалы из комитета по рекламе Администрации Волгограда (вх. № 4524 от 17.05.2017), содержащие обращение Л.Ю.Е. с жалобой на использование изображения скульптуры «Родина-мать зовёт!» и Георгиевской ленты при рекламировании продукции завода «Пивовар» по адресу г. Волгоград, ул. Рабоче-Крестьянская, д. 65. По мнению заявителя использование изображения скульптуры «Родина-мать зовёт!» и Георгиевской ленты возмутительно. Подобное расположение изображений (вместе с бутылками с алкогольной продукцией) создает впечатление, что завод «Пивовар» призывает завалить стеклотарой Мамаев курган.

Специалистами Волгоградского УФАС России был проведен мониторинг наружной рекламы по адресу г. Волгоград, ул. Рабоче-Крестьянская, д. 65, распространение спорной рекламы подтвердилось (акт мониторинга №278-Р от 26.05.2017). На ул. Рабоче-Крестьянская, д. 65 по ходу первой продольной в сторону Тулака на боковой стороне высокого здания висит баннер, на котором размещено изображение скульптуры «Родина-мать зовёт!». Далее

по направлению к правой стороне от изображения расположено 7 бутылок шампанского. На одной из них (третья справа) на горлышке размещена двухцветная лента с оранжевой и черной полосой (Георгиевская лента), которая повязана в виде банта. Также Георгиевская лента обрамляет низ баннера по всей ширине. Слева от изображения скульптуры Родина-мать расположен логотип предприятия «Пивовар», который также используется на этикетках продукции. Над этими изображениями размещена надпись: «Натуральное, Волгоградское, Праздничное».

Также, при осмотре прилегающей территории по ул. Рабоче-Крестьянская, 65 г. Волгоград, на ограждении со стороны двора возле торговых точек была обнаружена рекламная конструкция следующего содержания **«Пиво – сбить – квас, не фильтровано для вас. Чрезмерное потребление пива вредит вашему здоровью»** с изображением кружек с пенным напитком и логотипом «Пивовар».

Согласно ч. 6 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

Согласно п. 5 ч. 2 ст. 21 ФЗ «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.

Определением от 31 мая 2017 года Волгоградским УФАС России в отношении ООО «Пивовар – Живое пиво ИБТ», ООО «Держава ЮФО» было возбуждено производство по делу № 17-03-21-02/320 по признакам нарушения ч. 6 ст. 5 и п.5 ч. 2 ст. 21 ФЗ «О рекламе».

На заседания Комиссии Волгоградского УФАС России 14 июня 2017 года, 07 июля 2017 года, 27 июля 2017 года, 22 августа 2017 года, 30 августа 2017 года представители ООО «Пивовар – Живое пиво ИБТ», ООО «Держава ЮФО» не явились, ходатайств, а также письменных объяснений не поступало. Материалы дела содержат доказательства надлежащего уведомления всех лиц о времени и месте рассмотрения дела. Согласно сайту отслеживания почтовых отправлений указанные хозяйствующие субъекты корреспонденцию систематически не получают.

В ходе рассмотрения дела у Комиссии Волгоградского УФАС России появилась информация о том, что в магазинах города Волгоград реализуется пивная продукция под брендом «Пивовар» с указанием производителя ООО «Щит». Данное лицо определением от 31.07.2017 исх. № 02-12/4787 было привлечено в дело в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе. Данному хозяйствующему субъекту также были направлены определения по данному делу с просьбой представить необходимую информацию. Каких-либо объяснений и иной информации не было представлено, лицо надлежаще уведомлено, корреспонденцию не получает (получено один раз письмо с определением о возбуждении дела от 31.05.2017 и определением об отложении дела от 27.07.2017).

Комиссия Волгоградского УФАС России, изучив материалы дела, оценив содержание рассматриваемой в деле рекламы установила следующее.

В соответствии с п. 1 ст. 3 ФЗ «О рекламе» реклама – это 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.

Согласно пункту 2 приведенной статьи 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.

Рассматриваемая информация **является рекламой**, так как отвечает всем квалифицирующим признакам:

- информация распространена посредством наружной рекламной конструкции на внешней стороне здания завода «Пивовар»;
- адресована неопределенному кругу лиц (проходящие и проезжающие на машинах и в общественном транспорте мимо завода «Пивовар» люди);
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке.

Объектом рекламирования в рассматриваемом случае является продукция завода «Пивовар».

Целью распространения рекламы является увеличение спроса на рекламируемую продукцию завода «Пивовар».

Согласно **ч. 6 ст. 5** ФЗ «О рекламе» в рекламе не допускается использование

бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

В соответствии с письмом ФАС России от 29.04.2013 № АД/17355/13 "О порядке применения части 6 статьи 5 ФЗ "О рекламе" к непристойным образам сравнениям, выражениям могут быть отнесены такие слова и изображения, которые нарушают общепринятые нормы и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности. К оскорбительным образам, сравнениям и выражениям - слова и изображения, которые, в том числе, ущемляют человеческое достоинство, принижают значимость отдельных лиц, исторических событий, памятных дат.

В рекламе алкогольной продукции завода «Пивовар» используется изображение скульптуры «Родина-мать зовёт!» в окружении бутылок шампанского, а также Георгиевская лента - двухцветная лента к ордену Святого Георгия, Георгиевскому кресту, Георгиевской медали, являющаяся знаком доблести и славы. Оба этих символа связаны с героическими событиями Великой Отечественной войны. В Кодексе акции «Георгиевская ленточка» указано, что этот символ – выражение нашего уважения к ветеранам, дань памяти павшим на поле боя, благодарность людям, отдавшим все для фронта. Всем тем, благодаря кому мы победили в 1945 году.

Скульптура "Родина-мать зовет!" является композиционным центром памятника-ансамбля "Героям Сталинградской битвы" и Государственным историко-мемориальным музеем-заповедником "Сталинградская битва" на Мамаевом кургане, г. Волгоград. На территории данного памятника находится воинское мемориальное кладбище, где перезахоронены останки 34 505 воинов - защитников Сталинграда, а также расположено 35 гранитных надгробий Героев Советского Союза, участников Сталинградской битвы.

На основании распоряжения Правительства РФ от 31.01.2008 г. N 84-р государственное учреждение культуры "Государственный историко-мемориальный музей - заповедник "Сталинградская битва" является объектом культурного наследия федерального значения, связанное с увековечиванием подвига советского народа в сражении под г. Сталинградом в годы Великой Отечественной войны 1941 - 1945 годов.

Распоряжением Правительства РФ от 30.04.2016 N 827-р "Скульптура "Родина-мать зовет!" (главный монумент, входящий в состав объекта культурного наследия федерального значения "Мемориальный комплекс "Героям Сталинградской битвы" на Мамаевом кургане" (1960 г., 1967 г.)

(Волгоградская область, г. Волгоград, Мамаев курган) признана особо ценным объектом культурного наследия народов Российской Федерации.

Изображение Георгиевской ленты как символа победы над фашизмом и изображения скульптуры «Родина-мать зовёт!» вместе с бутылками шампанского может оскорблять чувства ветеранов Великой Отечественной войны, пожилых людей и др. К тому же, скульптура «Родина-мать зовёт!» символизирует Родину, зовущую своих сыновей на битву с врагом, поэтому при подобном использовании изображения скульптуры «Родина-мать зовёт!» может возникнуть ассоциация с призывом к распитию спиртных напитков.

Таким образом, в спорной рекламе используется оскорбительный образ, который принижает значимость идеи, вложенной в создание памятника «Родина-мать зовёт!» и Георгиевской ленты, а также может оскорбить ветеранов Великой Отечественной войны.

Комиссия приходит к выводу, что рассматриваемая реклама нарушает ч. 6 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с Федеральным Законом от 22.11.1995 г. № 171-ФЗ «Об обороте алкогольной продукции», **алкогольная продукция** – это 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 п. 5 ч. 2 ст. 21 ФЗ «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.

Частью 4 ст. 2 Закона о рекламе установлено, что 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. Таким образом, запреты, установленные для рекламы алкоголя, в том числе пива, распространяются также на средства индивидуализации изготовителя

алкоголя.

Рассматриваемая реклама распространялась при помощи наружной рекламной конструкции, размещенной на внешней стене здания (размещено изображение скульптуры «Родина-мать зовёт!» в окружении 7 бутылок шампанского, на одной из которых на горлышке размещена двухцветная лента с оранжевой и черной полосой (Георгиевская лента), которая повязана в виде банта, а также Георгиевская лента обрамляет низ баннера по всей ширине; слева от изображения скульптуры Родина-мать расположен логотип предприятия «Пивовар», который также используется на этикетках продукции; над этими изображениями размещена надпись: «Натуральное, Волгоградское, Праздничное»).

Учитывая, что на ограждении завода «Пивовар» у фирменного магазина на баннере используются слова «*Пиво – сбитень – квас, не фильтровано для вас. Чрезмерное потребление пива вредит вашему здоровью*», а также использование в рассматриваемой рекламе бутылок, стойко ассоциирующихся с шампанским, можно сделать вывод, что объектом рекламирования является именно алкогольная продукция.

Таким образом, Комиссия приходит к выводу о том, что рассматриваемая в деле реклама нарушает требования п. 5 ч. 2 ст. 21 ФЗ «О рекламе».

Пунктом 5 ст. 3 ФЗ «О рекламе» установлено, что *рекламодателем* является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Пунктом 7 ст. 3 Закона о рекламе установлено, что *рекламораспространителем* является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных ч. 6 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе.

В течение сроков, определенных [пунктом 27](#) настоящих Правил, Комиссии не удалось достоверно установить лиц, выступивших в данном случае в качестве рекламодателя и рекламораспространителя рассматриваемой в деле рекламы.

Лица, привлеченные в дело в качестве лиц, в отношении которых возбуждено дело - ООО «Пивовар-живое пиво ИБТ» (ОГРН 1073459011207 ИНН/КПП

3442095822/344201001 адрес регистрации: 400078, г. Волгоград, пр. им. В.И. Ленина, д. 67), ООО «Держава ЮФО» (ОГРН 1123460006449 ИНН/КПП 3445128339/344501001 адрес регистрации: 400074, г. Волгоград, ул. Рабоче-Крестьянская, д. 65), ООО «Щит» (ОГРН 1167746765339 ИНН/КПП 7743168380/774301001 адрес регистрации: 125080, г. Москва, шоссе Волоколамское, д. 1, стр. 1, пом. 1, ком. 88), в ходе рассмотрения дела ни разу не являлись на заседания Комиссии, запрошенную информацию не предоставляли.

В связи непредставлением данными лицами территориальный орган федерального антимонопольного органа сведений (информации), предусмотренных [законодательством](#) о рекламе, в отношении них должностному лицу Управления переданы материалы для возбуждения административного производства по ч.6 ст.19.8 КоАП РФ.

На основании п. 36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508 производство по делу *может быть* прекращено в установленных нормой случаях, в том числе в случае е) невозможность установления лица, нарушившего законодательство Российской Федерации о рекламе, в течение сроков, определенных [пунктом 27](#) настоящих Правил.

Вместе с тем, Комиссия приходит к выводу, что имеющейся в материалах дела информации на момент истечения 3х месячного срока, установленного на рассмотрение дела о нарушении рекламного законодательства, достаточно для вынесения решения о соответствии/несоответствии рассматриваемой рекламы требованиям Закона о рекламе и на основании п. 37 Правил приходит к выводу о возможности принятия по результатам рассмотрения данного дела решения.

В ходе рассмотрения дела подтвердилось устранение нарушения, на момент вынесения решения реклама была демонтирована неизвестными лицами. В связи с чем, Комиссия Волгоградского УФАС России не усматривает оснований для выдачи предписания об устранении выявленного нарушения.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закон 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 Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия Волгоградского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать наружную рекламу алкогольной продукции завода «Пивовар» с использованием изображения скульптуры «Родина-мать зовёт!» и Георгиевской ленты, распространяемую в период апрель- июнь 2017 года по адресу г. Волгоград, ул. Рабоче-Крестьянская, 65 ненадлежащей, нарушающей требования ч. 6 ст. 5, п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе.

2. В связи с неустановлением в ходе дела лиц, нарушивших законодательство Российской Федерации о рекламе материалы дела для возбуждения дел об административном правонарушении по ч.1. ст.14.3 КоАП РФ уполномоченному должностному лицу Волгоградского УФАС России не передавать.

Решение может быть обжаловано в Арбитражный суд Волгоградской в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.