

## РЕШЕНИЕ

по делу №5 о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

08 февраля 2013 года

г. Ставрополь

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

Тихенький О.А. - председатель Комиссии, заместитель руководителя управления;

Силичев М.В. - член комиссии, заместитель начальника отдела надзора за соблюдением рекламного законодательства и пресечения недобросовестной конкуренции,

Смерчанский Г.В. - член комиссии, специалист-эксперт отдела надзора за соблюдением рекламного законодательства и пресечения недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело №5 по признакам нарушения ОАО «Зеленокумский пивоваренный завод» законодательства Российской Федерации о рекламе, по факту распространения рекламы, содержащей признаки нарушения части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38 – ФЗ «О рекламе»,

в присутствии представителя ОАО «Зеленокумский пивоваренный завод» по доверенности №26АА0429533 от 29.04.2011г. <\*\*\*>,

### УСТАНОВИЛА:

В результате осуществления государственного надзора за рекламной деятельностью хозяйствующих субъектов были выявлены нарушения Федерального закона «О рекламе».

На территории города Зеленокумска по улице 50 лет Октября, 62, А, 07.01.2013г. был выявлен факт размещения наружной рекламы Зеленокумского пивоваренного завода следующего содержания:

«ОАО «Зеленокумский пивоваренный завод». Вековые традиции качества. Слева от указанного текста изображены два бокала пива с логотипом «Зеленокумского пивоваренного завода».

На официальном сайте ОАО «Зеленокумский пивоваренный завод» ([www.pivzavod.zelenokumsk.ru](http://www.pivzavod.zelenokumsk.ru)) в ссылке «новости» приводится статья под названием:

«УВАЖАЕМЫЕ ЛЮБИТЕЛИ ПИВА! ОАО «Зеленокумский пивоваренный завод» имеет честь сообщить Вам о пользе живого нефилтрованного пива.»

В данной статье приводятся следующие утверждения:

«Современные научные исследования показывают, что такая концентрация и

разумные дозы приема пива дают антистрессовый эффект, усиливают кровообращение, снижают риск сердечных заболеваний.»

«Ученые выявили, что умеренные дозы алкоголя не оказывают существенного влияния на кровяное давление, а если давление высокое, то пиво его даже понижает, так как имеет свойство расширять сосуды. По данным медицинских исследований, вы, если у вас повышенное давление, рискуете приобрести гипертонию, только сильно злоупотребляя пивом. Теперь каждый знает, что излишний холестерин в крови бьет по сердцу. Алкоголь, содержащийся в пиве, способствует выведению холестерина из тканей и сосудов в печень, где он разлагается, и таким образом количество его в крови снижается.»

«Пиво – единственный напиток, горькие хмелевые добавки которого не только приятны на вкус, но и оказывают на человека успокаивающее действие, а также способствуют пищеварению. Кстати, пиво само по себе, при разумном употреблении, не приводит к ожирению, но пробуждает аппетит, а уже это грозит перееданием. Старайтесь держать себя в рамках и не перекладывать свою вину на напиток. И еще в результате исследований чешским ученым удалось установить, что изокислоты хмелевых добавок предотвращают возникновение остеопороза.

Пиво, с точки зрения физиологов, представляет собой один из самых сбалансированных напитков. Оно позитивно влияет на обмен веществ и является важным источником витаминов. На это, к сожалению, мало обращается внимания. Пиво содержит, например, ниацин, пантотеновую кислоту, пиридоксин, рибофлавин, немного в меньшем количестве тиамин и биотин. Эти витамины оказывают благотворное влияние, например на рост волос и здоровье кожи. Пиридоксин (группа B6), согласно результатам новейших медицинских исследований, еще и препятствует сосудистым заболеваниям.

При употреблении 1 литра пива получается 20% дневной нормы витамина B2, 32% - витамина B6 и 25% - пантотеновой кислоты. Дневная потребность в ниацине составляет 16,5мг., и литр пива содержит около 50% этого количества. 1 литр пива поставляет нам в среднем 200мг биологически активных веществ. Если вы выпиваете один литр пива, то удовлетворяете свою дневную потребность в цинке и получаете приблизительно половину нормы железа, фтора и меди. Кальций и магний( в соотношении 1:3) препятствуют образованию желчных и почечных камней. Употребляя пиво, вы получите еще растительные крахмальные соединения, которые способствуют пищеварению и выделению желудочного сока.

Специалисты относят живое пиво к самым здоровым продуктам, которые только удается употреблять в пищу.»

Данная реклама адресована неопределённому кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, а именно к алкогольной продукции ОАО «Зеленокумский пивоваренный завод».

Согласно части 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006г. №38 – ФЗ «О рекламе», реклама - информация, распространенная 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 частью 2 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006г. №38 – ФЗ «О рекламе», объект рекламирования - товар, средство его индивидуализации, 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.

Исходя из части 5 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006г. №38 – ФЗ «О рекламе», рекламодаделец - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно пункту 7 статьи 2 Федерального закона "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), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива.

Таким образом, к алкогольной продукции относится пиво с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции.

Согласно пункта 1 и пункта 3 части 1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006г. №38 – ФЗ «О рекламе», реклама алкогольной продукции не должна:

содержать утверждение о том, что употребление алкогольной продукции имеет важное значение для достижения общественного признания, профессионального, спортивного или личного успеха либо способствует улучшению физического или эмоционального состояния;

содержать утверждение о том, что алкогольная продукция безвредна или полезна для здоровья человека, в том числе информацию о наличии в алкогольной продукции биологически активных добавок, витаминов.

В соответствии с пунктом 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006г. №38 – 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;

Вместе с тем, согласно части 4 статьи 2 Федерального 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.

Таким образом, в действиях ОАО «Зеленокумский пивоваренный завод» усматривается нарушение пунктов 1 и 3 части 1; пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38 - ФЗ «О рекламе».

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 ненадлежащей рекламу, распространённую ОАО «Зеленокумский пивоваренный завод», поскольку в ней нарушены требования пунктов 1 и 3 части 1; пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38 – ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ОАО «Зеленокумский пивоваренный завод» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Ставропольского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении по статье 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 11.02.13 Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.