

11 июня 2015 года

г. Челябинск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее — Комиссия) в составе:

председатель Комиссии: <...> – руководитель;

члены Комиссии: <...> — специалист 1-го разряда отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией;

<...> – специалист - эксперт отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией,

рассмотрев дело № 19-2015, возбужденное по признакам нарушения требований пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» по факту распространения рекламы алкогольной продукции с использованием рекламной конструкции, установленной на внешней стене здания, расположенного по адресу: город Челябинск, улица Академика Сахарова, д. 11,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области поступило заявление жителя города Челябинска о распространении рекламы алкогольной продукции с использованием рекламной конструкции, размещенной на внешней стене помещения, расположенного по адресу: город Челябинск, улица Академика Сахарова, д. 11.

Специалистами Челябинского УФАС России установлено, что по данному адресу находится магазин, входная группа которого стилизована под наполненный пивом бокал. На внешней стене здания, расположенного по указанному адресу, размещено электронное табло, где, посредством светоизлучения светодиодов, воспроизводится изображение рекламного характера, в тексте которого присутствуют наименования марок пива: «Hacker Pachor», «Prazeska», «Blanche De Bruxell», «Timmermans Kriek».

В связи с тем, что данная реклама противоречит требованиям пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», Челябинским УФАС России возбуждено дело по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в отношении ИП Роговой В. М., как лица, осуществляющего торговую деятельность в магазине, расположенном по указанному адресу, в месте нахождения которого размещена реклама алкогольной продукции. Определением о возбуждении дела от 12.03.2015 у ИП <...>. запрошены объяснения по указанному факту и назначено рассмотрение дела на 14 апреля 2015 года. ИП <...> запрошенные документы и сведения не представила, на рассмотрение дела в назначенное время не явилась.

Определением об отложении дела от 14.04.2015 у ИП <...>. вновь запрошены указанные сведения и назначено рассмотрение дела на 05 мая 2015 года, на рассмотрение которого в назначенное время ИП <...> не явилась, запрошенные документы, и сведения не представила.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия пришла к следующим выводам. В силу пункта 7 статьи 2 Федерального закона № 171-ФЗ от 22.11.1995 (ред. от 30.06.2012) «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), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива.

Текстовые названия марок пивной продукции «Hacker Pacher», «Prazeska», «Blanche De Bruxell», «Timmermans Kriek», наряду с указанием на вид пивной продукции в рекламе, стилизованное, под наполненный пивом бокал, внешнее оформление входной группы, индивидуализируют, в данном случае, конкретные марки пивной продукции.

Таким образом, объектом рекламирования в данном случае выступает алкогольная продукция.

В соответствии с пунктом 5 части 2 статьи 21 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 «О рекламе» (далее — Федеральный закон «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.

Распространение рекламы алкогольной продукции посредством воспроизведения информации, в тексте которой присутствуют наименования марок пива, на электронном табло, установленном на внешней стене помещения, расположенного по адресу: город Челябинск, улица Академика Сахарова, д. 11, противоречит требованиям пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

В силу части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со статьей 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств. Рекламодателем рекламы пива является ИП <...>. как лицо, осуществляющее торговую деятельность в магазине «Хмель и Солод» и установившее электронное табло для размещения рекламы в виде бегущей строки, в тексте которой, присутствуют следующие сведения: «ХМЕЛЬ И СОЛОД лучшие сорта пива Paulaner Hofbrau Hacker Pacher Krusovice Prazeska Blanche De Bruxell Timmermans Kriek ХМЕЛЬ И СОЛОД заказы по телефону 89571286056». Руководствуясь частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-43, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу алкогольной продукции, распространяемую посредством воспроизведения на электронном табло, размещенном ИП <...>. на внешней стене помещения, расположенного по адресу: город Челябинск, улица Академика Сахарова, д. 11, в месте нахождения магазина «Хмель и Солод», поскольку в ней нарушены требования пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».
2. Выдать ИП <...>. предписание о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении ИП <...>.

Решение может быть обжаловано в суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.  
Решение изготовлено в полном объеме 25 июня 2015 года.

Председатель Комиссии  
Члены Комиссии

<...>

<...>

<...>

<...>

8 351-266-68-85  
320 каб.

ПРЕДПИСАНИЕ  
О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

11 июня 2015 года

г. Челябинск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

председатель Комиссии: <...> – руководитель управления;

члены Комиссии: <...> – специалист 1 разряда отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией;

<...> – специалист-эксперт отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией,

на основании своего решения от 11 июня 2015 по делу № 19-2015 о признании

рекламы, распространенной посредством воспроизведения на электронном табло, размещенном на внешней стене помещения, расположенного по адресу: город Челябинск, улица Академика Сахарова, д. 11, в месте нахождения магазина «Хмель и Солод», ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «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 <...>. незамедлительно со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение требований пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», а именно не осуществлять рекламу, в тексте которой присутствуют наименования марок пива: «Hacker Pacher», «Prazeska», «Blanche De Bruxell», «Timmermans Kriek», посредством светоизлучения светодиодов на электронном табло, размещенном на внешней стене помещения, расположенного по адресу: город Челябинск, улица Академика Сахарова, д. 11, в месте нахождения магазина «Хмель и Солод».

2. ИП <...> представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 07 августа 2015 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Челябинское УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2 статьи 19.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях привлечь виновное лицо к административной ответственности. Предписание может быть обжаловано в Арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>