

РЕШЕНИЕ

29 октября 2012г.

г. Самара

Комиссия Самарского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

.....рассмотрев дело № 8814-12/8 по признакам нарушения пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ (далее Закон о рекламе), по факту распространения ОАО «Жигулевское пиво» в августе 2012 г. по адресу: Самарская область, г.о. Самара, Волжский проспект, 4 рекламы следующего содержания: «Жигулевское пиво с изображением рекламы в виде эмблем пива «фон ВАКАНО», «Жигулевское», «Самарское» на переднем фасаде здания, а также аналогичных рекламных материалов на боковом торце магазина «Жигулевский».

в присутствии представителей:

заявитель – отсутствует, возбуждено по собственной инициативе,

лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе –

заинтересованное лицо – _____

эксперта – _____

переводчика – _____

УСТАНОВИЛА:

Самарским УФАС России 15 августа 2012 г. по адресу: г. Самара, Волжский проспект, 4 на фасаде здания ОАО «Жигулевское пиво» было выявлено распространение рекламы: «Жигулевское пиво с изображением рекламы в виде эмблем пива «фон ВАКАНО», «Жигулевское», «Самарское», «Самарская Лука», «Столовое», «Молодежное», «Российское», «Космическое», «Губернское» на переднем фасаде здания, а также аналогичных рекламных материалов на боковом торце магазина «Жигулевский».

Согласно пункта 5 части 2 статьи 21 Закона 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.

Таким образом, данная реклама содержит признаки нарушения п. 5 ч.2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (ред. от 28.07.2012г).

ОАО «Жигулевское пиво» является рекламодателем и рекламораспространителем указанной рекламы, то есть лицом, осуществляющим

распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, а также рекламодателем – продавцом товара, определившим объект рекламирования, что подтверждается следующими обстоятельствами:

1. Рекламой, распространенной ОАО «Жигулевское пиво» на переднем фасаде здания, а также аналогичных рекламных материалов на боковом торце магазина «Жигулевский» по адресу г.о. Самара, Волжский проспект 4 (с приложением соответствующих фотоматериалов).

2. Разрешением на установку рекламной конструкции, выданным Департаментом строительства и архитектуры г.о. Самара на период с 01.03.2011 по 29.02.2012г.

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 (ст. 2, Федеральный закон от 22.11.1995 № 171-ФЗ (ред. от 30.06.2012г.) «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции»).

Следовательно, пиво и напитки, изготавливаемые на его основе относятся к алкогольной продукции.

Согласно пункта 5 части 2 статьи 21 Закона 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.

Комиссией Самарского УФАС России на рассмотрении дела №8814-12/8 были выявлены иные признаки нарушения законодательства о рекламе, а именно в тексте рекламы дано описание пива: «хорошо освежающее пиво», что является нарушением требований установленных нормами рекламного законодательства, а именно пункта 4 части 1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

В процессе рассмотрения дела комиссией Самарского УФАС России было изучено лексическое значение слов освежающий, утоляющий жажду.

Согласно большой советской энциклопедии, пиво — это освежающий, хорошо утоляющий жажду напиток.

(<http://dic.academic.ru/dic.nsf/bse/120333/%D0%9F%D0%B8%D0%B2%D0%BE>),

(http://ww.enc-dic.com/enc_sovjet/Pivo-47857.html).

Освежающий (ее, ая) - дающий свежесть, прохладу, устраняющий чувство усталости, утомления, стать свежим, восстановить свои силы, бодрость, **утолять (утоляющий)** - утолить голод, жажду, пить и есть, **жажда** - желание, потребность пить при ощущении сухости в глотке и во рту, позыв к питью, являются близкими по

значению словами.

Таким образом, данная реклама содержит признаки нарушения пункта 4 части 1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

Кроме того, согласно пункта 6 части 1 указанной статьи Закона о рекламе реклама алкогольной продукции не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненных с помощью мультипликации (анимации).

Вместе с тем, в рекламе, рекламодателем которой является ОАО «Жигулевское пиво», а именно в рекламе в виде эмблемы пива «фон ВАКАНО», «Самарское» использован образ человека, а именно основателя завода Альфреда фон Вакано и главного пивовара, разработчика сорта пива «Самарское» Александра Николаевича Касьянова.

На рассмотрении дела №8814-12/8 представитель ОАО «Жигулевское пиво» по доверенности №714 от 23.10.2012г пояснила, что данные рекламные щиты демонтированы, эмблемы пива с использованием образа человека, является зарегистрированным товарным знаком.

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.

В соответствии с части 4 письма ФАС России от 13.09.2012г №АК/29977 (ред. от 16.10.2012г) «О последних изменениях в требованиях к рекламе алкоголя» демонстрация в рекламе алкогольной продукции товарного знака в виде изображения людей/животных или части упаковки (бутылки, банки) алкогольной продукции с использованием образа человека/животного будет рассматриваться как нарушение указанной нормы части 6 статьи 21 Федерального закона "О рекламе".

Однако, письменных пояснений по вопросу распространения рекламы пива ОАО «Жигулевское пиво» в адрес Самарского УФАС России не поступило, доказательств устранения нарушения законодательства РФ о рекламе также в материалах дела не имеется.

Таким образом, указанная реклама не соответствует требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с частями 6, 7 статьи 38 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», рекламодатель и рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 4 части 1, пунктом 6 части 1, пунктом 5 части 2, статьи 21 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 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 пива, распространенную в августе 2012 года на территории г.о. Самара, а именно волжский проспект,4 следующего содержания «Жигулевское пиво с изображением рекламы в виде эмблем пива «фон ВАКАНО», «Жигулевское», «Самарское», «Самарская Лука», «Столовое», «Молодежное», «Российское», «Космическое», «Губернское» с использованием образов людей, а так же с указанием на то, что пиво является хорошо освежающим напитком, на переднем фасаде здания, а также аналогичных рекламных материалов на боковом торце магазина «Жигулевский», поскольку в ней содержатся нарушения пункта 6 части 1, пункта 5 части 2, пункта 4 части 1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Выдать ОАО «Жигулевское пиво» предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Самарского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Резолютивная часть решения оглашена 23 октября 2012г.

Решение изготовлено в полном объеме 29 октября 2012г.

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