

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ

### О ПРЕКРАЩЕНИИ ПРОИЗВОДСТВА ПО ДЕЛУ № 08-21/40-13

«12» сентября 2013 г.

г. Москва

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

Председатель Комиссии: Муравьев С.Е.— заместитель руководителя  
Управления Федеральной антимонопольной  
службы по Московской (далее – Управление).  
Стрельников Д.Ю. — начальник отдела контроля  
за рекламной деятельностью;  
Члены Комиссии: Жукова Е.А. — ведущий специалист-эксперт  
отдела контроля за рекламной деятельностью,

рассмотрев дело № 08-21/40-13, возбужденное в отношении Общества с ограниченной ответственностью «ИКЕА МОС (Торговля и Недвижимость)» (адрес: 141400, Московская обл., г. Химки, ул. Ленинградская, владение 39, стр. 5) (далее – ООО «ИКЕА МОС (Торговля и Недвижимость)») по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

с участием:

- представителей ООО «ИКЕА МОС (Торговля и Недвижимость)» - <...>, действующего на основании доверенности № 101/13 от 23.05.2011 и <...>, действующего на основании доверенности от 17.12.2012 № 338/12;
- представителя ООО «Объединенные Пивоварни Хейнекен» - Кудряшовой Н.С., действующей на основании доверенности от 01.01.2013 № с-8;

в отсутствие <...>, извещенных о дате, времени и месте рассмотрения дела № 08-21/40-13,

#### УСТАНОВИЛА:

В Московское областное УФАС России поступило обращение

<...>, переданное из Управления Роспотребнадзора по Московской области (письмо от 22.05.2013 исх. № 3151-ж-07), по факту распространения в торговом центре «МЕГА Химки» рекламы пива с признаками нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В ходе рассмотрения указанного обращения установлено, что в помещении торгового центра «МЕГА Химки», в холле у входа в торговый центр, размещена реклама, выполненная в виде бутылки пива «AMSTEL» и объёмных букв «AMSTEL», с

признаками нарушения части 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Согласно позиции ООО «ИКЕА МОС (Торговля и Недвижимость)» и ООО «Объединенные Пивоварни Хейнекен» при распространении рассматриваемой рекламы не были нарушены требования части 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» так как доля этилового спирта в рекламируемом пиве составляет менее 5 % объёма готовой продукции.

Рассмотрев материалы дела и выслушав доводы лиц, участвующих в деле, Комиссия установила.

Рассматриваемая реклама выполнена в виде бутылки пива «AMSTEL» и объёмных букв «AMSTEL», идентифицируется с пивом, производителем которого является ООО «Объединенные Пивоварни Хейнекен», и направлена на привлечение внимания потенциальных потребителей к пиву «AMSTEL» и его продвижение на рынке.

В соответствии пунктом 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ «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 объёма 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 части 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объёма готовой продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов.

В соответствии с представленной в материалы дела технологической инструкцией по производству пива светлого пастеризованного «Амстел премиум пилсенер» ТИ 9184-017-44336385-2011, введенной в действие 01.03.2012, объёмная доля спирта в пиве «Амстел премиум пилсенер» не менее 4,6 %, целевое значение спирта 4,8 (-0,2/+0,1) %.

Таким образом, содержание этилового спирта в рекламируемом пиве «AMSTEL» менее пяти процентов объёма готовой продукции, и, следовательно, к рассматриваемой рекламе требования части 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» не применяются.

Учитывая изложенное, факт нарушения части 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» не подтвердился.

Руководствуясь подпунктом «а» пункта 36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, и пунктом 3.56 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного приказом Федеральной антимонопольной службы от 23.11.2012 № 711/12, Комиссия

ОПРЕДЕЛИЛА:

Производство по делу № 08-21/40-13 прекратить.

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

С.Е. Муравьев

Председатель Комиссии

Д.Ю. Стрельников

**Члены  
Комиссии**

Е.А. Жукова