

## РЕШЕНИЕ

по делу № 4-05/78

22 октября 2015 г.

г. Хабаровск

миссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии <...>, и.о. руководителя управления;

члены Комиссии:

<...>, главный специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

<...>, ведущий специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

рассмотрев дело № 4-05/78 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в отношении ООО «ТК» «Стейл-Хабаровск» по факту распространения рекламы алкогольной продукции, в присутствии – <...> - представителя ООО «Стейл-Хабаровск» (по доверенности),

### УСТАНОВИЛА:

при осуществлении государственного надзора за соблюдением требований рекламного законодательства Хабаровским УФАС России 21 сентября 2015 г. зафиксирована реклама следующего содержания: «Кубанские вина на розлив. Широкий сортимент. Уникальный вкус. Настойки на коньяке, чача, коньяк. Акция! Бутылка вина в подарок при заказе на сумму от 1500 рублей».

распространение рекламы, зафиксированное в ходе фото- и видеосъемки, осуществляется методом светодиодной бегущей строки на электронном табло над входом в торговый центр «Радуга» по адресу: г. Хабаровск, ул. Брестская, 24.

Основная цель рекламы - привлечение внимания потребителей к алкогольным напиткам, реализуемым в магазине «Радуга», и возможности участия в акции с получением материального поощрения – бутылки вина при покупке алкоголя на сумму 1500 рублей.

Согласно [статье 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 сельскохозяйственного сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции.

Сопоставив с информацией, содержащейся на официальном сайте производителя

Банских вин – ООО «Кубань Алко», данная алкогольная продукция производится с содержанием этилового спирта 10-12% объема готовой продукции.

На основании ГОСТа 31732-2012 «Коньяк. Общие технические условия» «Коньяк» – это нодельческий продукт с объемной долей этилового спирта не менее 40,0%.

Согласно определением, содержащимся в свободной универсальной интернет-циклопедии «Википедия», «Чача» - крепкий спиртной напиток, относящийся к классу ноградных бренди.

ГОСТ Р 52190-2003 к крепким ликероводочным изделиям относит напитки крепостью от до 60%.

Таким образом, все рекламируемые спиртные напитки относятся к алкогольной продукции с содержанием этилового спирта более 5%, соответственно их реклама должна соответствовать требованиям, предъявляемым к рекламе этого товара.

В соответствии с частью 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в нестационарных залах таких торговых объектов.

Согласно данной нормы следует, что реклама алкоголя с объемной долей этилового спирта более 5% должна быть размещена таким образом, чтобы быть направленной непосредственно на потребителей, находящихся внутри отделов продаж данной продукции.

В спорном случае размещение рекламы крепких спиртных напитков бегущей строкой над входом в многопрофильный торговый центр «Радуга» дает возможность для восприятия ее потребителями, находящимися вне отдела продажи алкоголя, а именно, посетителями парикмахерской, ателье по пошиву и ремонту одежды, мастерской по ремонту обуви и изготовлению ключей, пункта по выдаче займов.

Такая реклама формирует интерес лиц к кубанским винам, коньяку и настойкам на основе чаче, не имеющих намерение при посещении торгового центра «Радуга» приобрести спиртную продукцию.

Соответственно, такая реклама нарушает положения названной части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» и является ненадлежащей.

Кроме того, в соответствии с пунктом 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), устанавливаемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

Таким образом, распространение рекламы алкогольной продукции – кубанских вин, стоек на коньяке, коньяка, чачи методом текстовой бегущей строки на электронном блоке на фасаде здания торгового центра «Радуга», осуществлено запрещенным способом.

Согласно части 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение

обований пункта 5 части 2 и части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» сет рекламодателем.

Электронное табло установлено над входом в торговый центр «Радуга» - в месте хождения ООО «ТК» «Стейл-Хабаровск» (ул. Брестская, 24), осуществляющее деятельность по реализации алкогольных напитков по указанному адресу, следовательно, названное общество является рекламодателем.

Во время рассмотрения дела представитель ООО «ТК» «Стейл-Хабаровск» признал, что реклама содержит нарушения рекламного законодательства, однако к распространению рекламы алкогольной продукции на электронном табло общество имеет никакого отношения. Продавцы отдела алкогольной продукции ТЦ «Радуга» самостоятельно установили светодиодный экран и запустили в нем строку алкогольной продукции, не уведомив директора о монтаже наружной рекламы. Данная конструкция не закреплена за обществом и не имеет праворазрешительных документов Департамента муниципальной собственности г. Хабаровска.

Данные пояснения не приняты Комиссией в качестве аргумента непричастности ООО «ТК» «Стейл-Хабаровск» к распространению наружной рекламы алкогольной продукции по следующим основаниям.

Торговый центр «Радуга» у входа в здание имеет 2 вывески: «Радуга. Промышленные зары» и «Радуга. Продукты». На обеих вывесках содержатся данные «ООО «ТК» «Стейл-Хабаровск», ИНН 2724150396, следовательно, оба торговых отдела относятся к одному названному юридическому лицу.

На уличном электронном табло на фасаде здания, по которому зарегистрировано ООО «ТК» «Стейл-Хабаровск», помимо строки рекламы алкоголя распространяется другая информация: «Ремонт одежды», «Пошив на заказ», «Продукты пчеловодства», «Биологически активные добавки», «Чай», «Взвары» и др.

Таким образом, поскольку и реклама алкогольной продукции, и другая информация размещены в месте нахождения ООО «ТК» «Стейл-Хабаровск» (ул. Брестская, 24) и осуществления его деятельности, общество является лицом, в чьих интересах распространена реклама, то есть, рекламодателем.

В данном случае не имеет правового значения, каким именно лицом (сотрудником) произведена установка электронного табло.

Ссылаясь на часть 2 пункта 1 статьи 33, часть 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:

Признать ненадлежащей рекламу «Кубанские вина на розлив. Широкий ассортимент. Уникальный вкус. Настойки на коньяке, чача, коньяк. Акция! Бутылка вина в подарок при заказе на сумму от 1500 рублей, распространяемую методом светодиодной бегущей строки на электронном табло над входом в торговый центр «Радуга» по адресу: г. Хабаровск, ул. Брестская, 24, поскольку в ней нарушены

ебования пункта 5 части 1 и части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Зыдать ООО «ТК» «Стейл-Хабаровск» предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

Тередать материалы дела уполномоченному должностному лицу Хабаровского УАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, едусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных авонарушениях.

шение изготовлено в полном объеме 22 октября 2015 г.

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

### Предписание

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

октября 2015 года

г. Хабаровск

миссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому аю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в ставе:

едседатель Комиссии – <...>, и.о. руководителя управления;

эны Комиссии:

.>, главный специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

.>, ведущий специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной нкуренции;

основании своего решения от 22 октября 2015 года по делу № 4-05/78 о изнании ненадлежащей рекламы «Кубанские вина на розлив. Широкий :сортимент. Уникальный вкус. Настойки на коньяке, чача, коньяк. Акция! Бутылка на в подарок при заказе на сумму от 1500 рублей», и в соответствии с пунктом 1 сти 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами , 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по иззнакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

ООО «ТК» «Стейл-Хабаровск» (ИНН 2724150396, место нахождения: 680011, г. Хабаровск, ул. Брестская, 24) в пятидневный срок со дня получения настоящего уведомления прекратить распространение рекламы алкогольной продукции методом светодиодной бегущей строки на электронном табло над входом в торговый центр «Дуга» по адресу: г. Хабаровск, ул. Брестская, 24.

ООО «ТК» «Стейл-Хабаровск» (ИНН 2724150396, место нахождения: 680011, г. Хабаровск, ул. Брестская, 24) представить в Хабаровское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 09 ноября 2015 г.

В случае неисполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Хабаровское УФАС России в праве в соответствии с частью 2.4. статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере двенадцати до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот до пяти тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации (в трехмесячный срок).