

ИП <...>

<...>

РЕШЕНИЕ

по делу № 068/05/21-761/2020 о нарушении законодательства РФ о рекламе

Резолютивная часть решения объявлена 28 декабря 2020 года.

Решение изготовлено в полном объеме 13 января 2021 года.

г. Тамбов

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тамбовской области по рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – руководитель управления Е.А. Гречишникова,

члены Комиссии – начальник отдела регулирования деятельности естественных монополий и рекламного контроля Мурзин К.И., заместитель начальника отдела регулирования деятельности естественных монополий и рекламного контроля Моисеева Е.А.,

рассмотрев дело № 068/05/21-761/2020 по признакам нарушения пункта 5 части 2 статьи 21, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) по факту распространения наружной рекламы алкогольной продукции,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Тамбовской области поступило обращение <...> (вх. от 30.10.2020 № 6761), а также переданы материалы из ФАС России (вх. от 18.11.2020 № 774 ФАС э) о размещении при входе в магазин «БИР МАРКЕТ 68» (<...>) рекламы алкогольной продукции, нарушающей требования рекламного законодательства.

30 ноября 2020 года установлено, что посредством технического средства стабильного размещения (рекламной конструкции) в виде светящегося табло с бегущей строкой, смонтированного и расположенного на внешней стене над входом в помещение магазина «БИР МАРКЕТ 68» (<...>) размещена рекламная конструкция следующего содержания: «Мы открылись. Бир маркет 68. Время работы: с 10-00 до 23-00. Живое, пенное, разливное. Мнэки, рыба, закуски. Всегда рады». На здании размещается информация следующего содержания: «Бир Маркет 68. 30 сортов пенного, квас, лимонад, всегда свежее, огромный выбор закусок на любой вкус».

В том же месте на выносной рекламной конструкции, расположенной вблизи

дороги размещается информация следующего содержания: «Beer. Разливное, живое, пенное, свежее, Бир маркет 68».

Кроме того, на здании по адресу: <...>, при входе в аптечный пункт размещается средство технического средства стабильного размещения (рекламная конструкция) в виде светящегося табло с бегущей строкой следующего содержания: «Пенное, разливное, закуски, 30 сортов пенного, бир маркет. Мы открылись! Живое, пенное, разливное. Закуски».

На данных баннерах размещена вывеска этого магазина с графиком работы, согласно которой деятельность в данном здании осуществляет ИП <...> .

Согласно выписке из ЕГРИП основным видом деятельности индивидуального предпринимателя ИП <...> является торговля розничная преимущественно пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями в неспециализированных магазинах, а также торговля розничная пивом в специализированных магазинах.

30.11.2020 в отношении ИП <...> возбуждено дело № 068/05/21-761/2020 по признакам нарушения пункта 5 части 2 статьи 21, части 3 статьи 21 Закона о рекламе.

ИП <...> в письменных пояснениях от 23.12.2020 (вх. от 24.12.2020 № 8041) сообщил, что все рекламные конструкции были разработаны и смонтированы лично, без привлечения рекламных организаций. Данные рекламные конструкции заказывались по объявлению, в связи с чем договоров, актов выполненных работ и платежных документов предоставить не имеет возможности. На рекламных конструкциях информацию, размещенную в виде бегущей строки ИП <...> не посчитал рекламой алкогольной продукции, в связи с чем и отсутствовала надпись «чрезмерное употребление алкоголя вредит Вашему здоровью». Умысла в нарушении закона не было.

Изучив материалы и представленные доказательства, выслушав пояснения лица, участвующего в деле, Комиссия Тамбовского УФАС России пришла к следующим выводам.

Посредством технического средства стабильного размещения (рекламной конструкции) в виде светящегося табло с бегущей строкой, смонтированного и расположенного на внешней стене над входом в помещение магазина «БИР МАРКЕТ 68» (<...>) размещена рекламная конструкция следующего содержания: «Мы открылись. Бир маркет 68. Время работы: с 10-00 до 23-00. Живое, пенное, разливное. Мнэки, рыба, закуски. Всегда рады». На здании размещается информация следующего содержания: «Бир Маркет 68. 30 сортов пенного, квас, лимонад, всегда свежее, огромный выбор закусок на любой вкус».

В том же месте на выносной рекламной конструкции, расположенной вблизи дороги размещается информация следующего содержания: «Beer. Разливное, живое, пенное, свежее, Бир маркет 68».

Кроме того, на здании по адресу: <...>, при входе в аптечный пункт размещается средство технического средства стабильного размещения (рекламная конструкция) в виде светящегося табло с бегущей строкой следующего

содержания: «Пенное, разливное, закуски, 30 сортов пенного, бир маркет. Мы открылись! Живое, пенное, разливное. Закуски».

В соответствии с 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», пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, относятся к алкогольной продукции.

В силу статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 N 171-ФЗ "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции" алкогольная продукция - это 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, коньяк), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

Указанная выше рекламная информация направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц, формирование интереса, как к продавцу товара, так и к реализуемой продукции, что направлено на увеличение объема продаж в данном магазине. Рекламная информация размещается на баннерах непосредственно на фасаде магазина "БИР МАРКЕТ 68", а также при выезде из проезда на выносной конструкции.

Размещенная на рекламных баннерах информация обладает оценочным, ассоциативным эффектом, способным воздействовать на сознание потребителя и подтолкнуть его к выбору соответствующего товара именно в указанном магазине.

На основании изложенного, учитывая использование в совокупности изображений кружек, перечисления прилагательных пенное, разливное, живое, явно указывающих на пиво, внимание потребителей привлекается к реализуемой в магазине "БИР МАРКЕТ 68" алкогольной продукции (пиву), а также к продавцу рекламируемого товара.

ИП <...> в письме от 23.12.2020 (вх. от 24.12.2020 № 8041) сообщил, что все рекламные конструкции были разработаны и смонтированы лично, без привлечения третьих лиц. Данные рекламные конструкции заказывались по объявлению, поэтому договоров, актов выполненных работ и платежных документов предоставить не имеет возможности.

На рассмотрении дела 28.12.2020 ИП<...>. указал, что в настоящее время, текст на рекламной конструкции в виде светящегося табло с бегущей строкой, смонтированного и расположенного на внешней стене над входом в магазин изменен. При входе в аптечный пункт текст на рекламной конструкции в виде бегущей строки также изменен. Выносная рекламная конструкция, расположенная вблизи дороги, на которой размещалась информация, является переносной. Баннер на конструкции изменен. В настоящее время на баннерах, расположенных

на здании, имеется предупреждающая надпись: «Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью».

С учетом изложенного, Комиссия Тамбовского УФАС России приходит к выводу, что распространяемая на баннерах информация о том, что в магазине реализуются пенные напитки разных сортов, является рекламой магазина "БИР МАРКЕТ 68" и его услуг по реализации алкогольной продукции (пива).

Согласно письму ФАС России N АК/76734/18 от 24.09.2018 г. "О применении статьи 21 Федерального закона "О рекламе", если распространяется реклама продавца (производителя) алкогольной продукции, в которой отсутствует указание на средства индивидуализации продукции (товарные знаки), используемые для обозначения алкогольной продукции, однако, указываются на сведения, формирующие интерес к алкогольной продукции как напитку, такая реклама должна соответствовать требованиям статьи 21 Закона о рекламе.

Статьей 21 Закона о рекламе установлены специальные требования и ограничения к рекламе алкогольной продукции.

Согласно пункту 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.

Указанная норма предусматривает запрет на размещение рекламы алкогольной продукции 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.

Согласно части 3 статьи 21 Федерального закона "О рекламе" реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Исходя из вышеприведенного содержания рекламы алкогольной продукции Комиссия Тамбовского УФАС России делает однозначный вывод об отсутствии предупреждающей информации, что является нарушением части 3 статьи 21 Федерального закона "О рекламе".

В соответствии с пунктом 1 части 5 статьи 5 Закона о рекламе в рекламе не допускаются использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации.

Согласно части 11 статьи 5 Закона о рекламе при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования законодательства о государственном языке Российской Федерации, законодательства об авторском праве и смежных правах.

Согласно пункту 10 части 1 статьи 3 Федерального закона от 01.06.2005 N 53-ФЗ "О

государственном языке в Российской Федерации" (далее - Закон о государственном языке в РФ) государственный язык Российской Федерации (русский язык) подлежит обязательному использованию в рекламе.

В части 2 статьи 3 Закона о государственном языке в РФ указан порядок использования в рекламе текстов на иностранном языке. В силу данной нормы, в рекламе допускается использование иностранных слов и выражений, если одновременно в рекламе присутствует их идентичный перевод на русский язык. При этом перевод должен в полной мере отражать смысловое содержание текста на иностранном языке, а также должен быть выполнен в той же манере, что и текст на иностранном языке.

Рекламная информация, распространяемая на выносной рекламной конструкции, расположенной вблизи дороги не содержит перевода на русский язык следующего иностранного слова: «Beer».

Таким образом, отсутствие перевода иностранных слов и выражений на русский язык может привести к неполному уяснению смысла выражений, поскольку потребителями рекламной информации выступают все граждане, как обладающие знаниями иностранных языков, так и не обладающие знаниями, следовательно, для последних информация будет искаженной.

В нарушение пункта 1 части 5 статьи 5 Закона о рекламе в указанной рекламе отсутствует перевод иностранных слов на русский язык.

Таким образом, рассматриваемая реклама алкогольной продукции распространялась с нарушением требований пункта 1 части 5 статьи 5, пункта 5 части 2 статьи 21, части 3 статьи 21 Закона о рекламе.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе ненадлежащая реклама — реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В силу статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований пункта 1 части 5 статьи 5, части 3 статьи 21 Закона о рекламе несет рекламодатель. Ответственность за нарушение пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе несет рекламораспространитель.

Исходя из представленных ИП <...> пояснений от 23.12.2020 (вх. от 24.12.2020 № 8041) помещение магазина «БИР МАРКЕТ 68» по адресу: <...> находится в аренде, о чем свидетельствует договор аренды нежилого помещения от 17.09.2020.

ИП <...> является и рекламодателем, и рекламораспространителем.

Нарушение прекращено (пояснения от 23.12.2020).

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе, пунктами 42-51 «Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе», утверждённых постановлением Правительства РФ от 24 ноября 2020 № 1922, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: «Мы открылись. Бир маркет 68. Время работы: с 10-00 до 23-00. Живое, пенное, разливное. Мнэки, рыба, закуски. Всегда рады», «Бир Маркет 68. 30 сортов пенного, квас, лимонад, всегда свежее, огромный выбор закусок на любой вкус», «Beer. Разливное, живое, пенное, свежее, Бир маркет 68», поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 5 статьи 5, пункта 5 части 2 статьи 21, части 3 статьи 21 Закона о рекламе.
2. В связи с тем, что распространение указанной ненадлежащей рекламы прекращено, предписание об устранении нарушения законодательства о рекламе не выдавать.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тамбовского УФАС России для возбуждения дел об административных правонарушениях по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии Е.А. Гречишникова

Члены Комиссии К.И. Мурзин

Е.Л. Моисеева

Исп. Моисеева Е.Л.,

8(4752) 72-93-54