

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 94-ФАС22-Р/11-18

Решение изготовлено в полном объеме 12 февраля 2019г. г.Барнаул

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель:

К <...> – заместитель руководитель управления,

Члены Комиссии:

Б<...> – начальник отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

К<...> – главный специалист-эксперт отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

рассмотрев дело №94-ФАС22-Р/11-18 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения на фасаде здания пивного магазина «СибbeerЯК Altay», расположенного по адресу: г.Барнаул, ул. Попова, д.150, наружной рекламы алкогольной продукции (пива), в которой усматриваются признаки нарушения п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе»,

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе - рекламораспространителя, ИП Ульянова <...> (ИНН 220800083903),

в отсутствие заявителя,

УСТАНОВИЛА:

15 октября 2018 года в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю поступило обращение гражданина РФ (вхд. №1812406 от 15.10.2018г.) о распространении в г.Барнауле, в частности фирменной сетью пивных магазинов, форштадтская пивоварня «СибbeerЯК Altay» наружной рекламы алкогольной продукции.

Антимонопольным органом в результате рассмотрения поступившего обращения установлено следующее.

На фасаде здания, расположенного по адресу: г.Барнаул, ул. Попова, д.150, размещена следующая информация: «СибbeerЯК Altay Форштадтская пивоварня», «СибbeerЯК Altay Форштадтская пивоварня МОСКВА СУРГУТ Нижний Новгород» ТЮМЕНЬ ЕКАТЕРИНБУРГ Красноярск Новосибирск Кемерово Новоалтайск Новокузнецк Барнаул Бийск Горно-Алтайск sibeeriak-altay ... fpk-pivo.ru», «УЮТ BEER У нас тут своя атмосфера Друзья ЗАКУСКИ» с изображением деревянной бочки и кружки, наполненной пенным напитком, «СибbeerЯК Altay ... ПОД ПЕННОЕ ВЕСЕЛАЯ КОМПАНИЯ ПАРА КРУЖЕК все свои».

07.11.2018г. Алтайским краевым УФАС России возбуждено производство по делу № 94-ФАС22-Р/11-18 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации

Федерации о рекламе в отношении ИП Ульянова<...>.

24.01.2019г. в заседании Комиссии ИП Ульянов <...> нарушение законодательства о рекламе не признал, пояснив, что обозначение «Форштадтская пивоварня» является зарегистрированным товарным знаком. Использование в рекламе словосочетания «под пенное» объяснил тем, что Форштадтская пивоварня выпускает, в том числе безалкогольную продукцию. Деятельность ИП Ульянов <...> осуществляет на основании договора франшизы. Всю рекламную информацию предоставил завод.

На определение об отложении рассмотрении дела № 94-ФАС22-Р/11-18 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (исхд. №6156/7 от 18.12.2018г.) ИП Ульянов <...> запрашиваемые документы и материалы в антимонопольный орган не представил.

24.01.2019г. Комиссией управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю принято определение об отложении рассмотрения дела № 94-ФАС22-Р/11-18, в связи с необходимостью получения антимонопольным органом либо лицом, участвующим в деле, дополнительных доказательств.

05 февраля 2019г. в заседании ИП Ульянов <...> пояснил, что рассматриваемая рекламная информация в настоящее время не распространяется. В качестве доказательства представил фотографии.

05 февраля 2019г. Комиссия, рассмотрев материалы дела, дав им надлежащую оценку, пришла к следующим выводам.

На основании статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», реклама – это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Объект рекламирования – товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Обозначенная рекламная информация полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», является публичной, направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к рекламируемой алкогольной продукции (пиво), реализуемой фирменной сетью пивных магазинов «СIBeerЯК Altay», к производителю рекламируемого товара (форштадтская пивоварня), способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их на рынке.

Статьей 21 Федерального закона «О рекламе» установлены требования к рекламе алкогольной продукции.

Согласно пункту 5 части 2 статьи 21 Федерального 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.

Исходя из положений статьи 19 Федерального закона «О рекламе» следует, что законодательство о рекламе не содержит исчерпывающего перечня видов рекламных конструкций, в связи с чем, рекламной конструкцией является любое техническое средство стабильного размещения.

Действие рекламы алкогольной продукции (пива) направлено на неограниченное количество лиц, в том числе на тех, кто не является потребителями такой продукции (например, несовершеннолетние), поскольку размещение рекламы алкогольной продукции посредством рекламной конструкции, то есть способом, обеспечивающим ее свободное восприятие, делает такую рекламу доступной для этих лиц.

В соответствии с частью 4 статьи 2 Федерального закона «О рекламе», специальные требования и ограничения, установленные 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 Федеральным законом «О рекламе» установлены специальные требования и ограничения.

В рассматриваемой рекламе содержится информация: «СИbeerЯК Altay ... ПОД ПЕННОЕ ВЕСЕЛАЯ КОМПАНИЯ ПАРА КРУЖЕК все свои».

Кроме того рассматриваемая рекламная информация сопровождается указанием производителя «пенных напитков» - «Форштадтская пивоварня», а также изображением деревянной бочки и кружки, наполненной пенным напитком, что в совокупности позволяет сделать однозначный вывод о том, что объектом рекламирования выступает деятельность лица по продаже алкогольной продукции, представляющей собой пиво.

Согласно Письму ФАС России №АК/76734/18 от 24.09.2018г. «О применении статьи 21 Федерального закона «О рекламе» в рекламе, содержащей сведения, формирующие интерес к пиву, как напитку, без указания на индивидуализирующие признаки товара, в частности, без конкретных наименований пива, объектом рекламирования алкогольная продукция не выступает.

Однако указание сведений, формирующих интерес к пиву, как напитку, в рекламе, объектом рекламирования которой выступает продавец товаров, позволяет сделать однозначный вывод о том, что объектом рекламирования выступает деятельность такого лица по продаже алкогольной продукции, представляющей собой пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива.

Таким образом, рассматривая реклама алкогольной продукции (пива) противоречит требованиям п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии пунктом 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям

законодательства Российской Федерации.

В силу ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно информации, размещенной на входной двери магазина «СibeerЯК Altay», предпринимательскую деятельность по указанному адресу осуществляет ИП Ульянов <...> (ИНН:222509278385, ОГРНИП: 318222500057911).

Установлено, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП Ульянов <...>

На основании изложенного, Комиссией установлен факт нарушения ИП Ульяновым <...> п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с п. 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает предписание лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с п. 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, при добровольном устранении лицом (лицами) совершенного нарушения антимонопольный орган вправе не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Комиссией установлено, что ИП Ульяновым <...> представлены доказательства прекращения распространения наружной рекламы алкогольной продукции (пива).

На основании изложенного, руководствуясь п.1 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пп.37-42, 44, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать наружную рекламу алкогольной продукции (пива): «УЮТ BEER у нас тут своя атмосфера Друзья ЗАКУСКИ» с изображением деревянной бочки и кружки, наполненной пенным напитком, «СibeerЯК Altay ... ПОД ПЕННОЕ ВЕСЕЛАЯ КОМПАНИЯ ПАРА КРУЖЕК все свои», распространенную по адресу: г.Барнаул, ул. Попова, д.150, ненадлежащей, так как при ее распространении нарушено требование п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать ИП Ульянова <...> нарушившим требования п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

3. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать, в связи с нецелесообразностью.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке,

предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

<...>