

РЕШЕНИЕ

по делу №446-05-1/2016

19 октября 2016 года

Комиссия Рязанского УФАС России по рассмотрению дел о нарушении законодательства о рекламе в составе: <...>, рассмотрев дело №446-05-1/2016 по признакам нарушения пункта 6 части 1, пункта 5 части 2, пункта 6 части 2 статьи 21 и части 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе» по факту распространения рекламы алкогольной продукции ИП Петруниным С.М. на фасаде магазина «За пивком» по адресу: Рязанская обл., Касимовский р-он, р.п. Елатьма, ул. Луначарского, д.16; в отсутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ИП Петрунина С.М., уведомленного надлежащим образом о времени и месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

В адрес Рязанского УФАС России поступило заявление гражданина о размещении на фасаде магазина «За пивком», расположенном по адресу: Рязанская обл., Касимовский р-он, р.п. Елатьма, ул. Луначарского, д.16 рекламы пива.

Из заявления следует, что на фасаде вышеуказанного магазина размещены плакаты следующего содержания: надпись «За пивком» и изображение наполненных кружек с пивом; изображение девушки, которая держит в руках наполненные кружки с пивом; изображение марок пива «Tuborg» и «Carlsberg». Заявитель также указывает, что магазин находится на расстоянии менее 100 метров от центральной библиотеки.

Определением об отложении рассмотрения дела №446-05-1/2016 (от 19.09.2016 исх.№4575) у ИП Петрунина С.М. были запрошены документы и сведения, необходимые для рассмотрения дела. Также в ходе рассмотрения заявления дела у Администрации муниципального образования – городской округ – Касимов были запрошены необходимые документы.

Рассмотрев представленные документы и сведения, Комиссия по рассмотрению дела №446-05-1/2016 пришла к следующим выводам.

Размещенная информация является рекламой, так как соответствует критериям рекламы, указанным в статье 3 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе под рекламой понимается 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.

В соответствии с пунктом 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 г. №171-ФЗ (ред. от 28.07.2012 г.) «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 объема готовой продукции. 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. Таким образом, к алкогольной продукции относится пиво, на рекламу которого распространяются требования статьи 21 Закона о рекламе.

Пункт 6 части 1 статьи 21 Закона о рекламе содержит прямой запрет на использование в рекламе алкоголя образов людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации). Данное требование распространяется на рекламу алкогольной продукции вне зависимости от места ее размещения.

В соответствии с Разъяснениями ФАС России №АК/34210 от 01.10.2009 г. «Об использовании образов людей в рекламе пива» под образом следует понимать отражение в сознании потребителей рекламы определенных объектов материального мира, их наглядное, живое представление. При этом создание образов может выражаться через текстовое, визуальное или звуковое восприятие.

Визуальным использованием образов людей и животных является изображение живых существ (включая вымышленных) в рекламе, в том числе, демонстрация частей тела, силуэтов способами графики, живописи, анимации, фотографии и другими.

В данной рекламе изображена девушка, которая держит в руках наполненные кружки с пивом.

В соответствии с пунктом 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.

Данная реклама расположена на внешней стороне магазина и направлена на визуальное восприятие неопределенным кругом лиц со стороны улицы.

В соответствии с пунктом 6 части 2 статьи 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции не должна размещаться в детских, образовательных, медицинских, санаторно-курортных, оздоровительных, военных организациях, театрах, цирках, музеях, домах и дворцах культуры, концертных и выставочных залах, библиотеках, лекториях, планетариях и на расстоянии ближе чем сто метров от занимаемых ими зданий, строений, сооружений.

Согласно ответа (от 11.10.2016 вх.№5231) Администрации Касимовского муниципального района Рязанской области расстояние от магазина «За пивком» (Рязанская обл., Касимовский р-он, р.п. Елатьма, ул. Луначарского, д.16) до Центральной Елатомской библиотеки (Рязанская обл., Касимовский р-он, р.п. Елатьма, пл. Ленина, д.4) составляет 65 метров.

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

Вышеуказанная реклама алкогольной продукции не сопровождается предупреждением о вреде её чрезмерного потребления.

Таким образом, в рекламе, распространяемой на фасаде магазина «За пивком», содержатся признаки нарушения пункта 6 части 1, пункта 5 части 2, пункта 6 части 2 статьи 21; части 3 статьи 21 Закона о рекламе.

Из представленных гражданином фотографий следует, что деятельность по продаже товаров в магазине «За пивком» осуществляет ИП Петрунин С.М.

Согласно статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных части 1 и части 3 статьи 21 Закона о рекламе несет рекламодатель, а за нарушение части 2 статьи 21 Закона о рекламе несет рекламораспространитель.

Согласно пункта 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ИП Петрунин С.М. <...>.

На основании изложенного и руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 36-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия:

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу пива, распространяемую ИП Петруниным С.М. на фасаде магазина «За пивком», расположенном по адресу: Рязанская обл., Касимовский р-он, р.п. Елатьма, ул. Луначарского, д.16, поскольку в ней нарушены требования пункта 6 части 1, пункта 5 части 2, пункта 6 части 2 статьи 21; части 3 статьи 21 Закона о рекламе.

2. Выдать ИП Петрунину С.М. предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Рязанского УФАС России для принятия решения о привлечении виновных лиц к административной ответственности, предусмотренной статьёй 14.3 КоАП РФ.

Решение изготовлено в полном объеме 25 октября 2016 года.

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

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

«25» октября 2016 года

Комиссия Рязанского УФАС России по рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: <...>, на основании своего решения от 25 октября 2016 года по делу №446-05-1/2016 о признании ненадлежащей рекламы пива, распространяемой ИП Петруниным С.М. по адресу: Рязанская обл., Касимовский р-он, р.п. Елатьма, ул. Луначарского, д.16 и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 ФЗ «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП Петрунину С.М. в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства РФ о рекламе, а именно, распространение ненадлежащей рекламы, противоречащей требованиям пункта 6 части 1, пункта 5 части 2, пункта 6 части 2 статьи 21, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».

2. ИП Петрунину С.М. представить в Рязанское УФАС России письменные доказательства (фотографии) исполнения пункта 1 настоящего предписания до 28 ноября 2016 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Рязанское УФАС России вправе в соответствии с п. 2.4 ст. 19.5 КоАП РФ наложить административный штраф на должностных лиц в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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