

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №34-ФАС22-Р/04-18

Решение изготовлено в полном объеме 22 мая 2018г. г.Барнаул

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

Председатель:

С<...> – заместитель руководитель управления,

Члены Комиссии:

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

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

рассмотрев дело №34-ФАС22-Р/04-18 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения ИП Павловым <...> адресу: г.Бийск, ул. Мухачева, д.141, рекламных конструкций с наружной рекламой алкогольной продукции (пива), в которой усматриваются признаки нарушения п.3 ч.5 ст.5, п.6 ч.1 ст.21, п.5 ч.2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе», в отсутствие лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рекламодателя и рекламораспространителя - ИП Павлова <...> (ОГРНИП 317222500096419, юридический адрес: <...>),

в отсутствие заявителя,

УСТАНОВИЛА:

в соответствии с п.30 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006г. № 508 (далее-Правила рассмотрения антимонопольным органом дел), рассмотрение дела в отсутствие сторон возможно лишь в случаях, если имеются данные об их своевременном извещении о месте и времени рассмотрения дела и если от них не поступило мотивированное ходатайство об отложении рассмотрения дела или указанное ходатайство не удовлетворено антимонопольным органом.

Лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, рекламодатель и рекламораспространитель – ИП Павлов <...> на рассмотрение дела не явился (о месте и времени рассмотрения дела извещен). В адрес антимонопольного органа поступило ходатайство ИП Павлова <...> о рассмотрении дела в его отсутствие (вхд. № 185470 от 10.05.2018г.).

Заявитель на рассмотрение дела не явился, о месте и времени рассмотрения дела извещен надлежащим образом.

На основании изложенного, Комиссией принято решение о рассмотрении дела в отсутствие ИП Павлова <...> и заявителя.

22.05.2018г. Комиссия, рассмотрев материалы дела и дав им надлежащую оценку, пришла к следующим выводам.

26 марта 2018 года в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю поступило обращение жителей г. Бийска (вхд. №183255 от 26.03.2018г.) о распространении по адресу: г.Бийск, ул. Мухачева, д.141, рекламных конструкций с наружной рекламой алкогольной продукции (пива) следующего содержания: «ОГРОМНЫЙ ВЫБОР НАПИТКОВ ОТ ЛУЧШИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ СИБИРИ! бутик напитков «Beer Feast» ПОСТОЯННАЯ АКЦИЯ 2+1 наивкуснейшие

закуски к пиву горячие гренки», «Барнаульское бочковое Акция 2+1, Алтай Акция 2+1, Батино Акция 2+1, Жигулевское Акция 2+1, Чешское Акция 2+1, Немецкое Акция 2+1, Чешское ... 55 руб. Жигулевское ... 55 руб», а также изображений образов людей (мужчин) с кружкой, наполненной пенным напитком, во рту, в которой усматриваются признаки нарушения п.3 ч.5 ст.5, п.6 ч.1 ст.21, п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

23 апреля 2018г. Алтайским краевым УФАС России возбуждено производство по делу №34-ФАС22-Р/04-18 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в отношении ИП Павлова <...>

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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот. Антимонопольным органом в результате рассмотрения поступившего заявления установлено, что согласно информации, размещенной:

- на официальном сайте ОАО «Барнаульский пивоваренный завод»:

<http://www.bpz.su/>, «Барнаульское бочковое», «Алтай», «Жигулевское», «Чешское», «Немецкое» - являются марками пива, производимыми и реализуемыми Барнаульским пивоваренным заводом;

- на официальном сайте ООО «Новосибирская пивоваренная компания»:

<http://nskbrew.ru>, «Батино» - марка пива, производимая и реализуемая Новосибирской пивоваренной компанией.

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 - 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.

Таким образом, обозначенная рекламная информация полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», является публичной, направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к рекламируемой алкогольной продукции (пиво), а также к продавцу рекламируемого товара (бутик напитков «Beer Feast»), 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 п.6 ч.1 ст.21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна использовать образы людей и животных, в том числе

выполненные с помощью мультипликации (анимации).

Согласно п. 5 ч. 2 ст. 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.

В соответствии с п.3 ч.5 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» в рекламе не допускается демонстрация процессов курения и потребления алкогольной продукции.

При этом, к признакам демонстрации процесса потребления алкогольной продукции, в первую очередь, относится показ в рекламе человека, пьющего алкогольную продукцию, держащего в руках бокал, стакан, кружку и т.п. с алкогольной продукцией, открытую бутылку, бочку, пакет, банку для алкогольной продукции.

В соответствии с ч.4 ст. 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.

Из рассматриваемой рекламной информации следует, что бутик напитков «Beer Feast» предлагает пиво следующих марок: «Барнаульское бочковое», «Алтай», «Жигулевское», «Чешское», «Немецкое», «Батино», с целью информирования неограниченного числа лиц о роде деятельности организации и о видах реализуемой алкогольной продукции. Рассматриваемая реклама сопровождается изображением образов людей (мужчин) с кружкой, наполненной пенным напитком, во рту.

Таким образом, из совокупности рассматриваемой рекламной информации, а именно: присутствие в рекламе изображений образов людей (мужчин) с кружкой, наполненной пенным напитком, во рту, а также сопровождение рекламы марками пива: «Барнаульское бочковое», «Алтай», «Жигулевское», «Чешское», «Немецкое», «Батино», можно сделать вывод о том, что в рассматриваемой рекламе алкогольной продукции (пива) используются образы людей (мужчин). Кроме того, рассматриваемая реклама воспринимается как демонстрация процесса употребления алкогольной продукции (пива).

Кроме того, в рамках рассмотрения указанного дела Алтайским краевым УФАС России в период с 26 апреля 2018г. по 18 мая 2018 года на официальном сайте www.altk.fas.gov.ru и на официальной странице в социальной сети «ВКонтакте» <http://vk.com/club147941717>, в целях изучения общественного мнения по вопросу, демонстрируется ли в рассматриваемой рекламе процесс употребления алкогольной продукции, проводился опрос.

Общее количество голосов по данным на 18 мая 2018 года на 15 часов 54 минут местного времени составило 342 человека. На поставленный вопрос «Считаете ли Вы, что в данной рекламе демонстрируется процесс употребления алкогольной продукции (пива)?» голоса распределились следующим образом:

- «Да» ответило 194 проголосовавших (56,7%).
- «Нет» ответило 148 проголосовавших (43,3%).

Таким образом, по данным, полученным в ходе опроса, можно говорить о том, что большинство респондентов (потребителей рекламы) воспринимают рассматриваемую рекламу, как рекламу алкогольной продукции, в которой

демонстрируется процесс употребления алкогольной продукции (пива). На основании изложенного, наружная рекламы алкогольной продукции (пива): «ОГРОМНЫЙ ВЫБОР НАПИТКОВ ОТ ЛУЧШИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ СИБИРИ! бутик напитков «Beer Feast» ПОСТОЯННАЯ АКЦИЯ 2+1 наивкуснейшие закуски к пиву горячие гренки», «Барнаульское бочковое Акция 2+1, Алтай Акция 2+1, Батино Акция 2+1, Жигулевское Акция 2+1, Чешское Акция 2+1, Немецкое Акция 2+1, Чешское ... 55 руб. Жигулевское ... 55 руб», а также изображений образов людей (мужчин) с кружкой, наполненной пенным напитком, во рту, размещается и распространяется в г.Бийске по адресу: ул. Мухачева, д.141, с нарушением требований п.3 ч.5 ст.5, п.6 ч.1 ст.21, п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе». Согласно п.4 ст.3 Федерального закона «О рекламе», ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель, ответственность за нарушение требований п.3 ч.5 ст.5, п.6 ч.1 ст.21 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

По информации, представленной администрацией города Бийска (вхд. №184489 от 19.04.2018г.), в торговом объекте «Beer Feast» осуществляет деятельность ИП Павлов <...> (ОГРНИП 317222500096419, юридический адрес: <...>).

Таким образом, рекламодателем и рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП Павлов <...> (ОГРНИП 317222500096419). На определение о возбуждении дела №34-ФАС22-Р/04-18 за исхд. №1981/7 от 23.04.2018г. ИП Павлов <...> с нарушением согласился (вхд. №185470 от 10.05.2018г.), пояснив, что рассматриваемый рекламный макет был изготовлен и размещен им на фасаде лично. Согласованный макет, договоры, заявки, платежные поручения, иные документы, на основании которых осуществлялось изготовление и размещение рассматриваемой рекламы, отсутствуют. В настоящее время рассматриваемая рекламная информация не распространяется.

На основании изложенного, Комиссией установлен факт нарушения ИП Павловым <...> п.3 ч.5 ст.5, п.6 ч.1 ст.21, п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе», что выражается в размещении ненадлежащей наружной рекламы алкогольной продукции (пива).

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 Павловым <...> представлены доказательства прекращения размещения и распространения в г.Бийске по адресу: ул. Мухачева, д.141, наружной рекламы: «ОГРОМНЫЙ ВЫБОР НАПИТКОВ ОТ ЛУЧШИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ СИБИРИ! бутик напитков «Beer Feast» ПОСТОЯННАЯ АКЦИЯ 2+1 наивкуснейшие закуски к пиву горячие гренки», «Барнаульское бочковое Акция 2+1, Алтай Акция 2+1, Батино Акция 2+1, Жигулевское Акция 2+1, Чешское Акция 2+1, Немецкое Акция 2+1, Чешское ... 55 руб. Жигулевское ... 55 руб», а также изображений образов людей (мужчин) с кружкой, наполненной пенным напитком,

во рту.

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): «ОГРОМНЫЙ ВЫБОР НАПИТКОВ ОТ ЛУЧШИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ СИБИРИ! бутик напитков «Beer Feast» ПОСТОЯННАЯ АКЦИЯ 2+1 наивкуснейшие закуски к пиву горячие гренки», «Барнаульское бочковое Акция 2+1, Алтай Акция 2+1, Батино Акция 2+1, Жигулевское Акция 2+1, Чешское Акция 2+1, Немецкое Акция 2+1, Чешское ... 55 руб. Жигулевское ... 55 руб», а также изображений образов людей (мужчин) с кружкой, наполненной пенным напитком, во рту, распространенную в г.Бийске по адресу: ул. Мухачева, д.141, ненадлежащей, так как при ее распространении нарушено требование п.3 ч.5 ст.5, п.6 ч.1 ст.21, п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».
2. Признать ИП Павлова <...> нарушившим требования п.3 ч.5 ст.5, п.6 ч.1 ст.21, 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.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Алтайского краевого УФАС России для возбуждения в отношении ИП Павлова <...> дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии: С<...>

Члены Комиссии: Б<...>

К<...>