

## РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №95-ФАС22-Р/11-18

Решение изготовлено в полном объеме 03 декабря 2018г. г.Барнаул

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

Председатель:

К<...> – заместитель руководителя управления,

Члены Комиссии:

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

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

рассмотрев дело №95-ФАС22-Р/11-18 по признакам нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе по факту распространения по адресу:

г.Барнаул, пр. Красноармейский, д. 18а (магазин разливных напитков «Привет,

сосед»), 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 Шевченко <...> , в лице представителя по доверенности Ж<...> (доверенность от 01.04.2018),

в отсутствие заявителя (уведомлен надлежащим образом),

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 сетью магазинов

разливных напитков «Привет, сосед» наружной рекламы алкогольной продукции.

06 ноября 2018г. антимонопольным органом в результате рассмотрения

поступившего обращения установлено, что на фасаде здания, расположенного по

адресу: г.Барнаул, пр. Красноармейский, д. 18а, размещена следующая

информация: «Привет, сосед!... магазин разливных напитков...холодное, как

батареи в ноябре!...», «БОЧКАРИ ТАНКОВОЕ Светлое пиво Бочкари с пивоварни» и

«НАПРЯМУЮ С ПИВОВАРНИ бочкари ТАНКОВОЕ светлое живое всегда свежее! Без

окисления пастеризации алк. 4,2% УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИИ

ВРЕДИТ ЗДОРОВЬЮ», в которой усматриваются признаки нарушения п.5 ч.2 ст.21

Федерального закона «О рекламе».

07 ноября 2018г. Алтайским краевым УФАС России возбуждено производство по

делу №95-ФАС22-Р/11-18 по признакам нарушения законодательства Российской

Федерации о рекламе в отношении рекламораспространителя - ИП Шевченко <...>

28 ноября 2018г. в заседании Комиссии представитель по доверенности ИП

Шевченко <...> Ж<...> пояснил, что рекламу алкогольной продукции (пиво

«Танковое») по адресу: г.Барнаул, пр. Красноармейский, д. 18, ИП Шевченко <...> не

заказывала и не размещала. В качестве доказательства представитель

представил фотографии фасада здания от 09.11.2018г. Кроме того, представитель

предположил, что рассматриваемую рекламу алкогольной продукции могли

разместить поставщики.

28 ноября 2018г. Комиссия, рассмотрев материалы дела и заслушав пояснения

представителя по доверенности Ш<...> , 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. Обозначенная рекламная информация полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», является публичной, направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к рекламируемой алкогольной продукции (танковое пиво), к осуществляющей ее реализацию сети магазинов разливных напитков «Привет, сосед», к производителю рекламируемого товара (Бочкаревскому пивоваренному заводу «Бочкари»), способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их на рынке.

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.

Согласно информации, размещенной на официальном сайте Бочкаревского пивоваренного завода <http://corporate.bochkari.com/corporate/>: «Живое» (пиво светлое) - является маркой пива, производимой и реализуемой Бочкаревским пивоваренным заводом.

Согласно информации, размещенной в информационно-коммуникационной сети Интернет, выделяют два вида разливного пива:

- а) «обычное» разливное пиво, которое в кран поступает из кеги (бочки);
- б) «танковое» пиво, поступающее в кран из специальных больших емкостей – танков.

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.

Кроме того, согласно ч.3 ст.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).

Обозначенная рекламная информация содержит предупреждение, предусмотренное для рекламы алкогольной продукции в соответствии с ч. 3 ст.21 Федерального закона «О рекламе», что позволяет сделать однозначный вывод о том, что объектом рекламирования выступает алкогольная продукция (пиво). На основании изложенного, из совокупности рассматриваемой рекламной информации, следует, что магазин разливных напитков «Привет, сосед!» предлагает «танковое светлое живое пиво» производства «Бочкари» (Бочкаревский пивоваренный завод).

На основании изложенного, рассматриваемая реклама противоречит требованиям п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

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 – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно информации, размещенной на входной двери магазина сети разливных напитков «Привет, сосед», предпринимательскую деятельность по указанному адресу осуществляет ИП Шевченко <...> (ИНН:222504625331).

Таким образом, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП Шевченко <...> .

Довод ИП Шевченко <...> о том, что она не размещала и не распространяла рассматриваемую рекламу алкогольной продукции (пива), Комиссия отклоняет, в связи с установлением 06.11.2018г. антимонопольным органом факта размещения и распространения по адресу: г.Барнаул, пр. Красноармейский, д.18а (магазин разливных напитков «Привет, сосед»), рекламы алкогольной продукции.

На основании изложенного, Комиссией установлен факт нарушения ИП Шевченко <...> 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 Шевченко <...> представлены доказательства прекращения размещения и распространения рассматриваемой 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, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,  
РЕШИЛА:

1. Признать наружную рекламу алкогольной продукции (пива), распространенную по адресу: г.Барнаул, пр. Красноармейский, д.18а (магазин разливных напитков «Привет, сосед»), ненадлежащей, так как при ее распространении нарушено требование п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать ИП Шевченко <...> нарушившей 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.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Алтайского краевого УФАС России для возбуждения в отношении ИП Шевченко<...> 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: К<...>

Члены Комиссии: Б<...>

К<...>