

Р Е Ш Е Н И Е

по делу № 67 о нарушении законодательства

Российской Федерации о рекламе

06 марта 2019 года

г.

Ставрополь

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

Золина Г.В. – председатель Комиссии, заместитель руководителя управления; Ивакина А.И. - член Комиссии, специалист-эксперт отдела надзора за соблюдением рекламного законодательства и пресечения недобросовестной конкуренции; Верёвкина Т.В. - член Комиссии, главный специалист-эксперт отдела надзора за соблюдением рекламного законодательства и пресечения недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело № 67 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, по факту, указывающему на наличие в действиях ИП Очеретного Виктора Викторовича /ИНН 263508011065, предприниматель зарегистрирован Межрайонной инспекцией Федеральной налоговой службы №11 по Ставропольскому краю 11.09.2015 за ОГРНИП 315265100096042, <... >/ признаков нарушения пункта 5 части 2, части 2.1 и части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 - ФЗ «О рекламе»,

в присутствии ИП Очеретного В.В.,

У С Т А Н О В И Л А:

В ходе осуществления государственного надзора за рекламной деятельностью хозяйствующих субъектов были выявлены нарушения рекламного законодательства Российской Федерации.

В августе 2018г. на окнах магазина «Гастроном 26» по адресу г. Ставрополь, ул. Тухачевского 25, была зафиксирована реклама алкоголя. На окне изображены 4 бутылки алкогольного напитка виски Jack Daniel's.

Виски «Jack Daniel's» - алкогольный напиток с содержанием этилового спирта – 40%.

В данном случае реклама алкогольных бутылок закреплена на окне магазина изображением наружу. Внешние стены, двери и окна - являются конструктивными элементами здания.

Вышеуказанные изображения на окне магазина обращены на улицу и привлекают внимание неопределенного круга лиц. Более того, в рекламе отсутствует предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкоголя.

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ "О рекламе", реклама-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.

Согласно части 4 статьи 2 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006 г. "О рекламе", специальные требования и ограничения, установленные в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, и их продавцов.

Согласно подпункта 7 статьи 2 Федерального закона «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей 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, 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), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива.

В соответствии с пунктом 5 части 2 статьи 21 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006 г. "О рекламе", реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения, монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

В соответствии с частью 2.1 статьи 21 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006 г. "О рекламе", реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов. Реклама вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда разрешается на выставках пищевой продукции (за исключением продуктов детского питания) и выставках организаций общественного питания.

Согласно части 3 статьи 21 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006 г. "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).

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ "О рекламе", ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 5 части 2, части 2.1 и части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ "О рекламе" несет рекламодатель.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ "О рекламе", ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 5 части 2, части 2.1 и части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ "О рекламе" несет рекламодатель.

Рекламодателем и рекламодателем вышеуказанной рекламы является ИП Очеретный Виктор Викторович /<...>, ИНН 263508011065, предприниматель зарегистрирован Межрайонной инспекцией Федеральной налоговой службы №11 по Ставропольскому краю 11.09.2015 за ОГРНИП 315265100096042/.

28.02.2019 года в адрес Ставропольского УФАС России поступили письменные объяснения ИП Очеретного В.В., согласно которым индивидуальный предприниматель вину признал, а также сообщил, что в настоящее время рекламные плакаты с фасада здания устранены (вх. №1493 от 28.02.2019).

Надлежащих доказательств устранения нарушения в адрес управления не поступало.

Правонарушения в сфере рекламы алкогольной продукции обладают повышенной опасностью, поскольку представляют существенную угрозу охраняемым общественным отношениям, затрагивающим охрану жизни и здоровья населения Российской Федерации.

Общественные отношения, связанные с рекламой алкогольной продукции, являются одними из наиболее важных объектов правового регулирования. Посягательство на них всегда несет в себе существенную угрозу установленному публично-правовому порядку, поскольку непосредственно влияет на состояние здоровья человека.

Несоответствие рекламы ИП Очеретного В.В. требованиям законодательства о рекламе побуждает к отказу от здорового образа жизни.

Основными задачами Концепции демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года, утвержденной Указом Президента Российской Федерации от 09.12.2007 N 1351 «Об утверждении концепции демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года», являются сохранение и укрепление здоровья населения, увеличение продолжительности активной жизни, создание условий и формирование мотивации для ведения здорового образа жизни.

Последние годы в стране характеризуются стабильно высоким уровнем алкоголизма среди населения.

Следует учитывать, что реклама имеет побудительный характер, то есть стимулирует интерес потребителей к товарам, поддерживает заинтересованность в них. Основной ее целью является продвижение товара на рынке.

Борьба с алкоголизмом в России – огромная социальная и медицинская проблема. Вред алкоголя: алкогольная зависимость,

деградация личности, огромная смертность от злоупотребления алкоголем, преступления и тяжкие ДТП в алкогольном опьянении.

Распространение подобной рекламы может вызвать рост числа потребителей алкогольных напитков, что приводит к ухудшению состояния здоровья населения, определяет высокий уровень смертности, оказывает негативное влияние на социальный климат в семьях и влияет на социально-экономическое развитие страны.

Таким образом, в рекламе, распространенной ИП Очеретным В.В. допущены нарушения пункта 5 части 2, части 2.1 и части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», выразившиеся в распространении рекламы алкогольной продукции с использованием технических средств стабильного территориального размещения, монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий и без указания предупреждения о вреде чрезмерного употребления алкоголя.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

Р Е Ш И Л А:

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространенную ИП Очеретным Виктором Викторовичем /ИНН 263508011065, предприниматель зарегистрирован Межрайонной инспекцией Федеральной налоговой службы №11 по Ставропольскому краю 11.09.2015 за ОГРНИП 315265100096042, <...>/, поскольку в ней нарушены требования пункта 5 части 2, части 2.1 и части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе».
2. **Выдать ИП Очеретному Виктору Викторовичу /ИНН 263508011065, предприниматель зарегистрирован Межрайонной инспекцией Федеральной налоговой службы №11 по Ставропольскому краю 11.09.2015 за ОГРНИП 315265100096042, <...>/ предписание о прекращении нарушения пункта 5 части 2, части 2.1 и части 3**

статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38 – ФЗ «О рекламе».

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Ставропольского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном статьёй 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 12.03.2019. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии
Золина

Г.В.

Члены Комиссии
Ивакина

А.И.

Верёвкина

Т.В.