ИП

№ 1399/04-01 от 12.02.2018

РЕШЕНИЕ по делу № 04-01/64-17

«30» января 2018 года г. Ярославль

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Ярославской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя управления Матяшевская М. И.,

члены Комиссии – главный специалист-эксперт отдела органов власти и рекламы Солодяшкина С.Д., ведущий специалист-эксперт Семенюк А. В.,

рассмотрев дело № 04-01/64-17 по факту размещения рекламы магазина разливных напитков «Пинта», с признаками нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Федеральный закон «О рекламе», Закон), в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, ИП ,

УСТАНОВИЛА:

Ярославским УФАС России в связи с поступившим 08 ноября 2017 г. обращением физического лица, направленным из Рыбинской городской прокуратуры, установлен факт распространения информации следующего содержания: «ПИНТА малые дозы пива безвредны в любых количествах», «Пинта Кирова, 11 до пива , после пива », «Пинта понедельник скидка 10 % вторник – «пиво дня» - 99 р -1 литр четверг – скидка 10 % на закуски 50 метров Кирова, 11» на штендерах, расположенных вблизи магазина разливных напитков «ПИНТА» по адресу: г. Рыбинск, ул. Кирова, д. 11.

Дело возбуждено по признакам нарушения пункта 3 части 1 статьи 21, пункта 1 части 1 статьи 21, части 2. 1 статьи 21, пункта 6 части 1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») в отношении ИП

Заслушав ИП рассмотрев имеющиеся в материалах дела документы и доказательства, Комиссия пришла к следующим выводам.

Согласно пункту 1 части 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») реклама – информация, распространяемая любым способом, в любой форме и использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Информация, размещенная на указанных штендерах обладает всеми вышеперечисленными признаками и, следовательно, является рекламой. Объектом рекламирования в данной статье выступает магазин разливных напитков «ПИНТА».

В соответствии с Письмом ФАС России от 24.01.2011 N АК/1829 "О разграничении понятий вывеска и реклама", а также Письмом ФАС России от 26.12.2013 № АК/53059/13 «О разграничении понятий вывеска и реклама» системный анализ гражданского законодательства Российской Федерации свидетельствует о том, что объектом рекламирования может быть тот товар, предназначенный для продажи или иного введения в гражданский оборот, который можно индивидуализировать, выделить среди однородной группы товаров. Соответственно, реклама товара всегда представляет собой информацию о конкретном товаре, который можно индивидуализировать внутри группы однородных товаров.

Учитывая изложенное, сами по себе слова и выражения: пиво, живое пиво, вина, вина Кубани, сигареты, алкоголь, табак и т.п., не могут быть признаны рекламой, поскольку представляют собой обобщенное наименование группы товаров и не позволяют выделить конкретный товар среди ряда однородных товаров и сформировать к нему интерес.

Таким образом, поскольку рассматриваемая рекламная информация не содержит указания на конкретные марки пивной продукции, то в данном случае имеет место не реклама пива конкретных марок, а рекламируется магазин разливных напитков «ПИНТА», и содержится указание на реализацию в данном магазине пивной продукции.

В соответствии с частью 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно пункту 2 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

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

Таким образом, можно сделать вывод о том, что требования к рекламе алкогольной продукции распространяются также на рекламу продавцов и изготовителей алкогольной продукции.

Аналогичная позиция изложена в Письме ФАС России от 29.04.2014 г. № АД/17310/14 «О рекламе изготовителей и продавцов алкогольной продукции».

В пункте 3 части 1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» указано, что реклама алкогольной продукции не должна содержать утверждение о том, что алкогольная продукция безвредна или полезна для здоровья человека, в том числе информацию о наличии в алкогольной продукции биологически активных добавок, витаминов.

Поскольку в рассматриваемой рекламе содержится информация «малые дозы пива безвредны в любых количествах», то в данном случае установлено нарушение пункта 3 части 1 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

В связи с тем, так как указание об отсутствии вреда при употреблении пива нарушает требования пункта 3 части 1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» и полностью в рассматриваемом случае охватывается указанной нормой, то нарушения требований пункту 2 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» в данном случае не установлено.

Согласно пункту 1 части 1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна содержать утверждение о том, что употребление алкогольной продукции способствует улучшению физического или эмоционального состояния.

В соответствии с частью 2. 1 статьи 21 ФЗ «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.

В соответствии с частью 10.1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» не допускается распространение рекламы, содержащей информацию, запрещенную для распространения среди детей в соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", в предназначенных для детей образовательных организациях, детских медицинских, санаторно-курортных, физкультурно-спортивных организациях, организациях культуры, организациях отдыха и оздоровления детей или на расстоянии менее чем сто метров от границ территорий указанных организаций.

Согласно пункту 6 части 1 статьи 21 ФЗ «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;

В соответствии с данными «Yandex. Карты» магазин разливных напитков «ПИНТА» с распространяемой информацией находится на расстоянии 82 метров от детского сада № 104 «Яблонька».

ИП на заседании Комиссии 29.12.2017 г. пояснил, что не согласен с вменяемыми нарушениями, полагает, что в рекламе не указаны какие-либо характеристики или свойства товара также ни одна из надписей в рекламе не утверждает, что употребление алкогольной продукции способствует улучшению физического или эмоционального состояния. Кроме того, при открытии магазина разливных напитков «Пинта» были соблюдены все нормы удаленности от детских, спортивных, медицинских, культурных учреждений. Поскольку магазин находится со стороны пешеходной зоны по улице Кирова, а не со стороны подъездов дома 11 по улице Кирова, то расстояние от магазина и размещаемых вблизи магазина штендеров составляет не менее 240 метров до детского сада № 104 «Яблонька». В подтверждение представлена распечатка с данными «Yandex. Карты».

Копии аналогичных письменных пояснений представлены в материалы дела.

Администрация городского округа г. Рыбинск в ответ на запрос Ярославского УФАС России (вх. № 852 от 26.01.2018) представило схему границы прилегающей территории к медицинской организации по ул. Кирова (поликлинический центр «Будь здоров», ул. Кирова, д. 32) (ближайшей к магазину «Пинта»).

В соответствии с данными «Yandex. Карты» расстояние от магазина «Пинта» до поликлинического центра «Будь здоров» составляет около 53,1 м.

ИП на заседании Комиссии 30.01.2018 г. пояснил, что расстояние от магазина «Пинта» до поликлинического центра «Будь здоров», которое составляет менее 100 м, не оспаривает, поскольку полагал, что данное расстояние соответствует требованиям законодательства, вместе с тем, ошибочно не были учтены требования ФЗ «О рекламе».

На основании изложенного, а также поскольку в рассматриваемой рекламе

магазина разливных напитков, в котором, в том числе, реализуется пиво, содержится информация «до пива , после пива », «вторник – «пиво дня» - 99 р -1 литр», и кроме того, данная реклама размещена за пределами стационарного торгового объекта, в котором осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, а также на расстоянии менее чем 100 м до медицинского учреждения, в данном случае также установлено пункта 1 части 1 статьи 21, части 2. 1 статьи 21, пункта 6 части 1 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Нарушения требований части 10.1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» в данном случае на основании имеющихся материалов дела не установлено.

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований пункта 3 части 1 статьи 21, пункта 1 части 1 статьи 21, пункта 6 части 1 статьи 21 Закона несет рекламодатель.

Согласно части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований части 2. 1 статьи 21 Закона несет рекламораспространитель.

Пунктом 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» определено, что рекламодатель — изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

На основании изложенного, а также представленных в материалы дела документов и пояснений, рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ИП

Следовательно, ИП как рекламодатель и рекламораспространитель рассматриваемой рекламы нарушил требования пункта 3 части 1 статьи 21, пункта 1 части 1 статьи 21, части 2. 1 статьи 21, пункта 6 части 1 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

ИП сообщил, о том, что штендеры с рекламой убраны, вместе с тем, в материалы дела не представлена фотофиксация, позволяющая установить устранение нарушения.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации; является ненадлежащей.

Ответственность за нарушения требований пункта 3 части 1 статьи 21, пункта 1 части 1 статьи 21, части 2. 1 статьи 21, пункта 6 части 1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 4, 26, 37-43, 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу: «ПИНТА малые дозы пива безвредны в любых

количествах», «Пинта Кирова, 11 до пива , после пива », «Пинта понедельник скидка 10 % вторник – «пиво дня» - 99 р -1 литр четверг – скидка 10 % на закуски 50 метров Кирова, 11» на штендерах, расположенную вблизи магазина разливных напитков «ПИНТА» по адресу: г. Рыбинск, ул. Кирова, д. 11, содержащую утверждение о том, что алкогольная продукция безвредна для здоровья человека, способствует улучшению эмоционального состояния, размещенную за пределами стационарного торгового объекта, в котором осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, а также на расстоянии, менее чем 100 м до медицинского учреждения, поскольку в данном случае нарушены требования пункта 3 части 1 статьи 21, пункта 1 части 1 статьи 21, части 2. 1 статьи 21, пункта 6 части 1 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ИП предписание об устранении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Ярославского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «09» февраля 2018 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии М. И. Матяшевская

Члены Комиссии: С.Д. Солодяшкина

А. В. Семенюк

ИП

№ 1400/04-01 от 12.02.2018

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ ПО ДЕЛУ № 04-01/64-17

30 января 2018 года город Ярославль

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Ярославской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя управления Матяшевская М. И.,

члены Комиссии – главный специалист-эксперт отдела контроля органов власти и рекламы Солодяшкина С.Д., ведущий специалист-эксперт Семенюк А. В.,

на основании своего решения от «30» января 2018 г. по делу № 04-01/64-17 о признании ненадлежащей рекламы магазина разливных напитков «Пинта», поскольку в ней нарушены требования пункта 3 части 1 статьи 21, пункта 1 части 1 статьи 21, части 2. 1 статьи 21, пункта 6 части 1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»), в соответствии с пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 4, 26, 37-43, 44, 45, 48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП , в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: прекратить распространение рекламы: «ПИНТА малые дозы пива безвредны в любых количествах», «Пинта Кирова, 11 до пива , после пива », «Пинта понедельник скидка 10 % вторник – «пиво дня» - 99 р -1 литр четверг – скидка 10 % на закуски 50 метров Кирова, 11», содержащей утверждение о том, что алкогольная продукция безвредна для здоровья человека, способствует улучшению эмоционального состояния, размещенной за пределами стационарного торгового объекта, в котором осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, а также на расстоянии, менее чем 100 м до медицинского учреждения.

2. ИП , представить в Ярославское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 05 марта 2018 г.

В случае невыполнения в установленный срок законного предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Управление Федеральной антимонопольной службы по Ярославской области вправе в соответствии с

пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на граждан штраф в размере от трехсот до пятисот рублей, на должностных лиц – 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.

Председатель Комиссии М. И. Матяшевская

Члены Комиссии С.Д. Солодяшкина

А. В. Семенюк