

РЕШЕНИЕ

по делу № 4-05/96

25 января 2016 года

г. Хабаровск

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

Председатель Комиссии:

<...> – руководитель управления;

Члены Комиссии:

<...>– начальник отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

<...>– ведущий специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело № 4-05/96 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения <...> наружной рекламы пива с нарушением требований пункта 6 части 1, пунктов 5 и 6 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе»,

в отсутствие <...>., извещенного о дате, месте и времени рассмотрения дела надлежащим образом;

заявитель – на рассмотрение дела не явился, о месте, дате и времени рассмотрения дела извещен надлежащим образом,

УСТАНОВИЛА:

В адрес Хабаровского УФАС России поступило заявление (вх. № 4/11668 от 25.11.2015 г.) о признаках нарушения рекламного законодательства при распространении рекламы алкогольной продукции.

В ходе рассмотрения заявления установлено, что на ограждении кафе «Чарльз Диккенс», расположенного по адресу: г. Хабаровск, ул. Волочаевская, 36, распространяется реклама следующего содержания: «Если пить, то метрами, если есть, то килограммами! При покупке метра пенного метр колбасы в ПОДАРОК! Фирменные копчения в домашней коптильне. Еженедельное поступление

охлажденной семги с фарерских островов. Новое меню блюда от шеф-повара. Живое пенное. Варим сами. Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью», содержащая фотоизображение девушки и кружек с пенным напитком.

Кроме того, в указанном месте и способом бегущей строки распространяется рекламная информация следующего содержания: «Живое пиво. К метру пива-метр колбасы в подарок».

Согласно п. 1 статьи 3 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.

Под объектом рекламирования подразумевается товар, средство индивидуализации, 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 (п.2 ст.3 Закона «О рекламе»).

В порядке ч. 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 специальные требования и ограничения.

Рекламная информация о возможности приобретения в кафе «Чарльз Диккенс» пива на выгодных условиях (получение подарка - колбасы) формирует интерес к продавцу товара и алкогольной продукции (пиву), реализуемой в кафе и направлено на увеличение объемов продаж, следовательно, должна соответствовать требованиям, предъявляемым к рекламе этого товара.

В соответствии с пунктом 5 части 2 статьи 21 ФЗ «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.

Кроме того, реклама распространяется на расстоянии ближе, чем 100 метров от МОУ СОШ № 19, расположенной по адресу: г. Хабаровск, ул. Волочаевская, 30.

В соответствии с пунктом 6 части 2 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.

На основании пункта 6 части 1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной

продукции не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

В нарушение указанного требования реклама содержит фотоизображение девушки.

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» за нарушение требований пункта 6 части 1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» ответственность несет рекламодатель.

Согласно части 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований пунктов 5 и 6 части 2 статьи 21 закона несет рекламодатель.

Установлено, что рекламодателем и рекламодателем – является <...>. Данный факт подтверждается разрешениями на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории городского округа «Город Хабаровск» № 3113, № 31135, договором № 54/15, заключенным между ООО «Реактив» и <...>.

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

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащими:

- рекламу «Если пить, то метрами, если есть, то килограммами! При покупке метра пенного метр колбасы в ПОДАРОК! Фирменные копчения в домашней коптильне. Ежедневное поступление охлажденной семги с фарерских островов. Новое меню блюда от шеф-повара. Живое пенное. Варим сами. Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью», размещенную <...>на ограждении кафе «Чарльз Диккенс», расположенного по адресу: г. Хабаровск, ул. Волочаевская, 36, поскольку в ней нарушены требования пункта 6 части 1, пунктов 5 и 6 части 2 статьи 21ФЗ «о Рекламе»;

- рекламу «Живое пиво. К метру пива-метр колбасы в подарок», распространенную <...>, по адресу: г. Хабаровск, ул. Волочаевская, 36, способом бегущей строки, поскольку в ней нарушены требования пункта пунктов 5 и 6 части 2 статьи 21ФЗ «о Рекламе».

2. Выдать <...>обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Хабаровского 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 25 января 2016 года.

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

Предписание

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

25 января 2016 года

г. Хабаровск

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

Председатель Комиссии:

<...>- руководитель управления;

Члены Комиссии:

<...>- начальник отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

<...>- ведущий специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

на основании своего решения от 25 января 2016 года по делу № 4-05/96 о признании ненадлежащими реклам:

- «Если пить, то метрами, если есть, то килограммами! При покупке метра пенного метр колбасы в ПОДАРОК! Фирменные копчения в домашней коптильне. Еженедельное поступление охлажденной семги с фарерских островов. Новое меню блюда от шеф-повара. Живое пенное. Варим сами. Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью», размещенную <...>на ограждении кафе «Чарльз Диккенс», расположенного по адресу: г. Хабаровск, ул. Волочаевская, 36, поскольку в ней нарушены требования пункта 6 части 1, пунктов 5 и 6 части 2 статьи 21ФЗ «О рекламе»;

- «Живое пиво. К метру пива-метр колбасы в подарок», распространенную <...>на ограждении кафе «Чарльз Диккенс», расположенного по адресу: г. Хабаровск, ул. Волочаевская, 36, способом бегущей строки, поскольку в ней нарушены требования пункта пунктов 5 и 6 части 2 статьи 21ФЗ «О рекламе».

и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. <...> в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: распространение на ограждении кафе «Чарльз Диккенс» по адресу: г. Хабаровск, ул. Волочаевская, 36, рекламы продавца алкогольной продукции, пива с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций) с использованием образа человека и на расстоянии ближе, чем сто метров от образовательного учреждения.

2. <...> представить в Хабаровское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 08 февраля 2016 года.

В случае неисполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Хабаровское УФАС России в праве в соответствии с частью 1 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на граждан от штрафа в размере от трехсот до пятисот рублей.

Предписание может быть обжаловано в суд в трехмесячный срок.