

РЕШЕНИЕ

по делу № 21/04-2016 р

Резолютивная часть решения оглашена 04 мая 2016 года

В полном объеме решение изготовлено 19 мая 2016 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел о нарушении рекламного законодательства в составе: Председателя комиссии <...> руководителя управления Кировского УФАС России, Членов Комиссии: <...> -специалиста отдела ФРИР Кировского УФАС России; <...>. -специалиста отдела ФРИР Кировского УФАС России; секретарь <...> – специалист отдела ФРИР Кировского УФАС России;

в отсутствие: заявителя физического лица;

в присутствии: лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

представителя ИП <...>

<...> представителя ОАО «Вятич» по доверенности от 07.04.2016г.

В отсутствие:

лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе: ООО «Шнейдер», ООО «МарК»;

рассмотрев дело № 21/04-2015р, возбужденное по заявлению физического лица по признакам нарушения индивидуальным предпринимателем <...>, ОАО «Вятич» <...> ООО «МарК» и ООО «Шнейдер» п. 3 ч. 5 ст. 5, п. 6 ч. 1 ст. 21, п. 8 ч. 2 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту Федеральный закон «О рекламе») при размещении на сайте <http://progorod43.ru> рекламы алкогольной продукции (пива) под заголовком «Крафт от «Вятича»: революция<...>»,

УСТАНОВИЛА:

В Кировское УФАС России для рассмотрения по существу поступило заявление физического лица по факту размещения на сайте <...>.ru алкогольной продукции (пива) под заголовком «Крафт от «Вятича»: революция», которая содержит признаки нарушения п. 8 ч. 2. ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

По результатам рассмотрения обращения антимонопольным органом было установлено, что в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на сайте <...> в разделе «Главная» «События» размещена реклама алкогольной

продукции (пива), производимого ОАО «Вятич», под заголовком «Крафт от «Вятича»: революция» (акты от 12.01.2016г., 14.01.2016г.и 30.03.2016г.).

Определением от 01.02.2016г. возбуждено дело № 21/04-2016р в отношении ИП <...> по признакам нарушения п. 8 ч. 2. ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

Определением от 17.02.2016 г. рассмотрение дела № 21/04-2016 р продлено в связи с необходимостью надлежащего уведомления заявителя о дате, месте и времени рассмотрения дела.

Определением от 30.03.2016г. рассмотрение дела № 21/04-2016р отложено в связи с привлечением в дело в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства - ОАО «Вятич». Вменена дополнительная квалификация рассматриваемого нарушения по пункту 3 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Определением от 14.04.2016г. рассмотрение дела № 21/04-2016р отложено в связи с

Изучив материалы дела, комиссия Кировского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно ст. 3 Федерального закона «О рекламе», рекламой является информация, распространяемая 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 понимается товар, средство его 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. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Ненадлежащей признается реклама не соответствующая требованиям законодательства РФ (ст. 3 Федерального закона «О рекламе»).

Информация, размещенная на сайте <...> «Крафт от «Вятича»: революция» следующего содержания: «<...><...>», адресована неопределенному кругу лиц (интернет пользователям), поскольку распространена посредством информационно-коммуникационной сети «Интернет», направлена на привлечение внимания потребителей к объекту рекламирования – продукции (пива), способствует формированию интереса к рекламируемым товарам и их продвижению на рынке, и по своему содержанию является рекламой.

Согласно п. 8 ч. 2. ст. 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

В соответствии с пунктом 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления

(распития) алкогольной 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.

Алкогольная продукция подразделяется на спиртные напитки (в том числе водка), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива.

Таким образом, к алкогольной продукции относится пиво, на рекламу которой распространяются требования статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Исходя из анализа имеющихся в материалах дела документов, рассматриваемая информация является рекламой алкогольной продукции (пива), так как сопровождается текстом:<...>», а также содержит сведения о месте, где его можно приобрести (адрес бара «Пивная»: г. Киров, ул. Блюхера, 63. Телефон: (8332) 218-218).

По мнению антимонопольного органа, информация на сайте <http://progorod43.ru> под заголовком «Крафт от «Вятича»: революция», которая в совокупности с указанием конкретных единиц продукции – сортов пива «Бельгийский Эль», «Трифон IPA», «Ирландский стаут», текстовой информацией о сортах пива, следующих фраз: «ремесленное пивоварение», «пенный напиток», «крафтовое пиво», направлена на привлечение внимания, формирование и поддержание интереса к алкогольной продукции, а именно к пиву, в том числе к сортам: «Бельгийский Эль», «Трифон IPA», «Ирландский стаут» и выделению вышеуказанных товаров (сортов пива), поэтому соответствующая информация является по своему характеру рекламной.

В соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 2, пункта 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама призвана быть убеждающей по своему характеру с тем, чтобы привлечь внимание новых потребителей к товару (работе, услуге) - объекту рекламирования, сформировать положительное представление о нем (о них) и необходимое рекламодателю для продвижения товара (работы, услуги) позитивное отношение к нему (к ним). Признаком рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту рекламирования для продвижения его на рынке, поддержать интерес к нему и закрепить его образ в памяти потребителя.

В рассматриваемой рекламной информации объектом рекламирования выступают конкретные товары - пиво различных наименований («Бельгийский Эль», «Трифон IPA» и «Ирландский стаут»), которые можно индивидуализировать и выделить из ряда однородных.

В ходе анализа данной информации, антимонопольным органом сделан вывод, что информация, размещенная на сайте <http://progorod43.ru> под заголовком «Крафт от «Вятича»: революция», является рекламой, имеющей целью привлечение внимания неопределенного круга лиц к товару – алкогольной продукции (пиво).

Материалами дела подтверждается факт нарушения ИП <...> при размещении рекламы алкогольной продукции (пива) в информационно-телекоммуникационной сети Интернет требований п.8 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

Таким образом, информация на сайте <http://progorod43.ru> под заголовком «Крафт от «Вятича»: революция» следующего содержания: «<...><...>...», сопровождаемая фотографиями сортов, производимого ОАО «Вятич» алкогольной продукции (пива): «Бельгийский Эль», «Трифон IPA» и «Ирландский стаут», размещена с нарушением п. 8 ч. 2. ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ч. 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение п. 8 ч. 2. ст. 21 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель (лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств).

Поскольку владелец (администратор) сайта осуществляет наполнение данного сайта информацией и обладает правами модератора размещаемой информации, то именно он является рекламодателем в случае выявления ненадлежащей рекламы, размещенной на данном сайте. Рекламодателем указанной рекламы, т. е. лицом, осуществившим действия, направленные на распространение рекламы алкогольной продукции в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", является индивидуальный предприниматель <...>.

Учитывая тот факт, что на момент принятия решения отсутствует документальное подтверждение устранения нарушения Федерального закона «О рекламе», Комиссия решила выдать индивидуальному предпринимателю <...> предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

Изучив имеющиеся в материалах дела документы, комиссией Кировского УФАС России сделан вывод об отсутствии в действиях ИП <...>., ОАО «Вятич», ООО «Марк» и ООО «Шнейдер» факта нарушения п. 3 ч. 5 ст. 5 и п. 6 ч. 1 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

На основании ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Комиссия считает необходимым передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административном правонарушении.

Руководствуясь ст. 3, ст. 21, ст. 33, ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать информацию, размещенную в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на сайте <...> следующего содержания: «<...><...>, сопровождаемую изображением сортов пива: «Бельгийский Эль», «Трифон IPA» и «Ирландский стаут», ненадлежащей, так как она противоречит п. 8 ч. 2 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

2. Признать в действиях индивидуального предпринимателя <...>, выразившихся в распространении в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на сайте <...> разделе «Главная» «События» под заголовком «Крафт от «Вятича»: революция» информации «<...><...>», в части указания на сорта алкогольной продукции (пива): «Бельгийский Эль», «Трифон IPA» и «Ирландский стаут», производимого ОАО «Вятич», запрещенной к размещению в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», указанной в пункте 1 настоящего решения, факт нарушения п. 8 ч. 2 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

3. Выдать индивидуальному предпринимателю <...> предписание об устранении нарушения п. 8 ч. 2 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

4. В отношении ОАО «Вятич», ООО «МарК» и ООО «Шнейдер» рассмотрение дела прекратить в связи с неподтверждением в их действиях признаков нарушения рекламного законодательства.

5. Передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административном правонарушении.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, в суд общей юрисдикции в порядке, предусмотренном ст. 131 ГПК РФ.