

ИП

РЕШЕНИЕ по делу № 032/05/21-444/2019

«24» апреля 2019 г. г. Брянск

Комиссия Брянского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии:

заместитель руководителя – начальник отдела естественных монополий и рекламы,

члены Комиссии:

государственный инспектор отдела естественных монополий и рекламы,

государственный инспектор отдела естественных монополий и рекламы,

рассмотрев дело № 032/05/21-444/2019 в отношении ИП по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в присутствии лица

УСТАНОВИЛА:

Специалистами Брянского УФАС России в марте 2019г. на фасаде торгового павильона пивного бара «Пивнушка» в торговом комплексе «СтройМаркет», расположенного по адресу: г.Брянск, ул. Сталелитейная, д.14, была обнаружена реклама, следующего содержания: «За пивом сюда...Разливное...Бутылочное... Закуски... Кроме того вверху над входом в пивной бар изображены две большие стеклянные кружки с толстыми ручками, наполненные пенным напитком, тем самым позволяя сделать вывод, что изображены пивные кружки. Также на фасаде помещения бара размещено рекламное панно с изображением девушки, держащей в руках много пивных кружек с пенным напитком.

Согласно статье 3 Федерального Закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006г. (далее Закона о рекламе) рекламой признается 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 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; под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Исходя из способа и формы размещения, рассматриваемая информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, способствует формированию интереса к нему и его продвижению на рынке, то есть соответствует всем признакам рекламы, установленным пунктом 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе». Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой.

Информация, размещенная на Конструкции:

- адресована неопределенному кругу лиц (посетителям заведения «Пивнушка»);
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – «Пивнушка»;
- формирует и поддерживает интерес к объекту рекламирования и его продвижение на рынке.

Так как сидр и пиво согласно положениям Федерального закона от 22.11.1995 N 171-ФЗ "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции" являются видом алкогольной продукции, то к рекламе данных товаров должны применяться требования, установленные к рекламе алкогольной продукции.

Требования к рекламе алкогольной продукции установлены статьей 21 Закона о рекламе.

В соответствии с ч.2.1 ст.21 Закона 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.

Согласно ч. 6 ч. 1 ст. 21 реклама алкогольной продукции не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

Специалистами Брянского УФАС России установлено, что в данной рекламной информации представлена информация о пиве, что указывает на то, что в данной рекламе поддерживается интерес к алкогольной продукции, и соответственно является нарушением ч.2.1 ст. 21 Закона о рекламе, так как реклама алкогольной продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в

дегустационных залах таких торговых объектов.

В нарушение ч. 6 ч. 1 ст. 21 Федерального закона N 38-ФЗ от 13.03.2006 г. в рекламе пивного бара используется образ человека.

Рекламораспространителем, является ИП, лицо осуществляющее предпринимательскую деятельность бара «Пивнушка», который в соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе" несет ответственность за размещение рекламы в нарушение требований статьи 21 Закона «О рекламе».

Руководствуясь п. 1 части 2 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 ненадлежащей рекламу пива, на фасаде торгового павильона пивного бара «Пивнушка» в торговом комплексе «СтройМаркет», расположенного по адресу: г.Брянск, ул. Сталелитейная, д.14, поскольку реклама не соответствуют требованиям ч.2.1ст.21 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе».

1. Выдать предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе ИП.

3. Возбудить дело об административном правонарушении, предусмотренное ст. 14.3. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии:

Члены Комиссии: