Решение по делу **№ 08-05-38/2018**

Резолютивная часть решения оглашена 03 октября 2018 года
Решение изготовлено в полном объеме 10 октября 2018 года г. Элиста

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

Председатель Комиссии - С.– ;

Д. - ;

Х.–;

рассмотрев дело № 08-05-38/2018, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту размещения рекламы, не соответствующей требованиям пункта 5 части 2 статьи 21, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе»,

в присутствии представителя ответчика ООО «Торговый дом «София» по доверенностиБ.,

УСТАНОВИЛ:

Прокуратурой города Элисты совместно с Калмыцким УФАС России была проведена проверка соблюдения законодательства Российской Федерации о рекламе. В ходе проверки 17.09.2018 г. на окне (стеклянной витрине) с внешней стороны строения 3.1.3 по ул. Ленина , 222, г. Элиста была обнаружена реклама в виде наклейки следующего содержания: «Первая Элистинская пивоварня, Элистинское живое пиво».

На момент проверки в строении №3.1.3 по ул. Ленина, 222 г. Элиста торговую деятельность на основании договора аренды нежилого помещения от 16.04.2018 с ИП Б. осуществляет ООО «Торговый дом «София» (генеральный директор Б.). Строение эксплуатируется как кафе-бар, на котором имеется вывеска «Живое пиво».

В ходе рассмотрения дела следующие документы: выписка из ЕГРЮЛ от 19.09.2018 г.; Устав; копия договора нежилого помещения; доверенность от 03.08.2018 г.; доверенность от 17.09.2018 г.; Решение учредителя от 10.09.2018 г.; Приказ от 10.08. 2018 г. №2 «О вступлении в должность Генерального директора и назначении главного бухгалтера».

Определением от 27.09.2018 было возбужденно дело № 08-05-38/2018, на рассмотрении дела 03.10.2018 представитель по доверенности ООО «Торговый дом «София» Б. пояснил, что нарушения были совершены вследствие незнания требований Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», Б. также пояснил, что с нарушением согласен, однако нарушение не устранено.

Согласно 1 п. статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе» определено, что реклама - это 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.

В силу п.2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари (далее по тексту товар), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Вышеуказанная информация, размещенная на окне (стеклянной витрине) содержит все правовые признаки рекламы:

-адресована неопределенному кругу лиц;

-направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования;

-формирует и поддерживает у потенциального покупателя интерес к алкогольной продукции – пиво, способствуя реализации алкогольной продукции.

Алкогольная продукция - 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, сидр, пуаре, медовуха (пункт 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 N 171-ФЗ "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции").

Таким образом, к алкогольной продукции относится пиво с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции.

Пунктом 1 статьи 19 ФЗ "О рекламе" определено, что распространение наружной рекламы с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, проекционного и иного предназначенного для проекции рекламы на любые поверхности оборудования, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее - рекламные конструкции), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта осуществляется владельцем рекламной конструкции, являющимся рекламораспространителем, с соблюдением требований настоящей статьи. Владелец рекламной конструкции (физическое или юридическое лицо) - собственник рекламной конструкции либо иное лицо, обладающее вещным

правом на рекламную конструкцию или правом владения и пользования рекламной конструкцией на основании договора с ее собственником.

Применительно к требованиям указанной нормы вышеуказанная рекламная наклейка, размещенная на входе в кафе-бар «Живое пиво», прикреплена к объекту недвижимости.

Рассматриваемые изображения и надписи на рекламной наклейке обращены на улицу, привлекают внимание неопределенного круга лиц, формируют и поддерживают интерес к нему, следовательно, являются рекламой пива, размещенной на рекламных конструкциях.

В силу пункта 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.

Вышеуказанная рекламная наклейка, размещена на окне (стеклянной витрине) на входе в кафе-бар «Живое пиво»ч, что нарушает требования пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ "О рекламе".

Согласно части 3 статьи 21 ФЗ "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).

На рекламной наклейке, находящейся на окне (стеклянной витрине) с внешней стороны кафе-бара «Живое пиво», не содержит предупреждения о вреде ее чрезмерного употребления алкогольной продукции, что нарушает требования часть 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Таким образом, рекламодатель ООО «Торговый дом «София» нарушил требования пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе», а так же части 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона № 38-ФЗ «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 рекламу, распространенную ООО «Торговый дом «София» следующего содержания «Первая Элистинская пивоварня, Элистинское живое пиво» размещенную на окне (стеклянной витрине) с внешней стороны строения 3.1.3. по ул. Ленина, 222, г. Элиста, ненадлежащей, так как она размещена с

нарушением требований, пункта 5 части 2 статьи 21, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе».

2. Признать ООО «Торговый дом «София» нарушившим пункта 5 части 2 статьи 21, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе».

3. Выдать ООО «Торговый дом «София» обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе».

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