

РЕШЕНИЕ

по делу №03-21/16-2017

о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«14» марта 2017 года

г. Йошкар-Ола

Резолютивная часть решения объявлена: «06» марта 2017 года

Полный текст решения изготовлен: «14» марта 2017 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии –

член Комиссии –

член Комиссии –

рассмотрев дело, возбужденное по признакам нарушения части 9 статьи 19, пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», в присутствии ИП К., паспорт <...> представителя Б., доверенность, паспорт,

УСТАНОВИЛА:

Сотрудниками Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл в ходе мониторинга наружной рекламы, распространяемой на территории городского округа «Город Йошкар-Ола», 20.12.2016 обнаружена информация, размещенная на внешней стене здания, расположенного по адресу: ***, содержащая признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Так, на внешней стене под электронным табло размещена информация с изображением деревянной бочки, а также кружки с характерной пивной пеной сверху и надпись: «В РОЗЛИВ» (далее – «В розлив»).

Электронной табло содержит следующие сведения: «Магазин «ПИВПУНКТ» приветствует Вас!!! Рады Вам предложить более 20 видов разливных напитков. 15 сортов светлого и 4 сорта темного пива, а также пивные напитки: Сакура, Медовуха и Грушевая Бражка. Всегда в продаже лимонады со вкусом нашего

детства: Грушевый, Тархун, Мохито. Большой выбор вяленой рыбы, икры, домашних сухариков и сушеных морепродуктов. В Вашем услугам доставка и сервис предварительного заказа пива по телефону 254-000. Мы работаем для Вас с 10.00 до 23.00. Добро пожаловать!!!» (далее – Магазин «Пивпункт»).

Справа от входа в магазин «Пивпункт» размещена информация об акциях следующего содержания: «3+1 при покупке 3 л пива «Венское» 1 л в подарок», «Внимание конкурс! Подписывайтесь в группу в контакте www.vk.com/pivpunkt и выигрывайте!», «3+1 при покупке 3 л пива «Деревенское» 1 л пива в подарок», «2+1 при покупке 2 л пива «Макарий бархатное» 1 л пива в подарок», «2+1 при покупке 2 л пива «Чешское домашнее» 1 л пива в подарок», «пиво «Светлое» 1 литр – 64 руб. пиво «Баварское» 1 литр – 70 руб.» (далее – «Акции»).

На заседании Комиссии Марийского УФАС России ИП К. признал факт нарушения Закона о рекламе при распространении рассматриваемого рекламного материала.

Рассмотрев материалы дела №03-21/16-2017 о нарушении законодательства о рекламе и выслушав позицию лица, участвующего в деле, Комиссия Марийского УФАС России признает рассматриваемую рекламу ненадлежащей по следующим основаниям.

Согласно статье 3 Закона о рекламе под рекламой понимается 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. Объектом рекламирования является товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара. Независимо от формы или используемого средства распространения реклама должна быть распознаваема без специальных знаний или без применения технических средств непосредственно в момент ее представления именно как рекламы. Тем самым признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, формировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

Спорная информация по своему содержанию и целевой направленности является рекламой, так как распространена при помощи рекламных конструкций, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования – магазину «Пивпункт», реализацию товаров и оказание услуг в котором осуществляет индивидуальный предприниматель К., в том числе к разливным напиткам, пиву и другим сопутствующим им товарам, к указанным выше акциям, а также направлена на формирование или поддержание интереса к ним и их продвижению на рынке.

По смыслу статьи 1 Закона о рекламе реклама рассматривается законодателем как средство продвижения товаров, работ и услуг на определенном рынке.

При этом те или иные способ, форма, содержание и средства распространения соответствующей информации не должны способствовать прогнозированию каких-либо негативных последствий. Внимание и процесс формирования интереса потребителей не должны испытывать негативные и общественно опасные

искажения, в том числе недопустимо несоответствие распространенной информации действительности.

В силу части 4 статьи 3 Закона о рекламе под ненадлежащей рекламой понимается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются (часть 1 статьи 5 Закона о рекламе).

В соответствии с частью 1 статьи 19 Закона о рекламе распространение наружной рекламы с использованием щитов, стэндов, 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.

Согласно части 9 статьи 19 Закона о рекламе установка и эксплуатация рекламной конструкции допускаются при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее также - разрешение), выдаваемого на основании заявления собственника или иного указанного в [частях 5, 6, 7](#) указанной статьи законного владельца соответствующего недвижимого имущества либо владельца рекламной конструкции органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа, на территориях которых предполагается осуществлять установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Администрация городского округа «Город Йошкар-Ола» в письме от 29.12.2016 исх. №028-29/01-2015-16 (вх. №15435 от 30.12.2016) указала, что разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на внешней стене здания, расположенного по адресу: ***, не выдавалось.

ИП К. письмом от 01.02.2017 исх. №б/н (вх. №854) представил разрешение на установку рекламной конструкции (односторонний щит) на территории городского округа «Город «Йошкар-Ола» №40 от 01.03.2011 с указанием срока распространения с 01.03.2011 по 01.03.2016. Также предпринимателем представлены копия свидетельства от 06.12.2010 о государственной регистрации права собственности К. на нежилое помещение, расположенное по адресу: ***.

На основании изложенного, рассматриваемая реклама, размещенная на внешней стене здания посредством наружной рекламной конструкции (односторонний щит, электронное табло) в отсутствие разрешения уполномоченного органа на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, нарушает требования части 9

статьи 19 Закона о рекламе.

Кроме того, статьей 21 Закона о рекламе установлены требования к рекламе алкогольной продукции.

Согласно части 3 статьи 21 Закона 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).

Согласно пункту 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей 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.

Письмом от 01.02.2017 исх. №б/н (вх. №854) ИП К. указал, что спорная реклама размещена в целях информирования потребителей о товарах, реализуемых предпринимателем в магазине «Пивпункт», а также о проводимых акциях.

ИП К. представлены товарные накладные от 26.01.2017 на пиво «Немецкое» нефильтованное светлое, пиво «Чешский Джбанек», пиво разливное «Старая бочка барное», от 20.01.2017 – пиво «Ирландский Эль Шемрок», пиво «Крюгер» бархатное, пиво разливное «Московское барное», от 23.01.2017 – «Наше пиво», живое (алк. 4,5 %), «Наше пиво» свежее фильтрованное (алк. 4,5 %), от 27.01.2017 – пиво «Волжские зори» (алк. 4,5 %), пиво «Жигулевское» (алк. 4,5 %), пиво «Пенная коллекция «Пенное пшеничное» (алк. 5 %), от 24.01.2017 – пиво светлое «Вятич» нефильтованное (алк. 4,9 %).

Также индивидуальный предприниматель представил список сортов реализуемого пива: «Старый Георг», «Пятый океан», «Живое», «Свежее», «Деревенское», «Домашнее», «Жигулевское», «Пенное пшеничное», «Венское», «Волжские зори», «Немецкое», «Чешский Джбанек», «Баварское», «Московское», «Старая Бочка», «Макарий бархатное», «Бархатное темное», «Вятич» нефильтованное, «Ирландский Эль», «Вятич бочковое».

Реклама, размещенная с помощью рекламных конструкций, является рекламой алкогольной продукции, поскольку изображение кружки с характерной пивной пеной ассоциируется у потребителей с определенным напитком - пивом, а не любым разливным напитком. Кроме того, в спорном рекламном материале неоднократно упоминается непосредственно пиво с указанием его вида (светлые, темные сорта), а также непосредственно марки пива: пиво «Венское» (алк. 4%), пиво «Деревенское» (алк. 4,5%), пиво «Макарий бархатное» (алк. 4,1%), пиво «Чешское домашнее» (алк. 3,2%), пиво «Светлое» (алк. 4%), пиво «Баварское» (алк. 4%).

Однако рассматриваемая реклама не содержит предупредительной надписи о вреде чрезмерного употребления алкоголя, а, следовательно, нарушает часть 3 статьи 21 Закона о рекламе. Следовательно, рассматриваемая реклама является ненадлежащей.

Также пунктом 5 части 2 данной статьи установлено, что 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.

Указанная рекламная конструкция располагается на стене здания по адресу: ***, что противоречит требованиям пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктами 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований части 9 статьи 19, пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе – рекламодатель, части 3 статьи 21 Закона о рекламе – рекламодатель и рекламодатель.

Реализацию алкогольной продукции в помещении по адресу: *** осуществляет ИП К.

Таким образом, рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламодателем спорной рекламы является ИП К.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламодателям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Марийское УФАС России, изучив представленные в материалы дела доказательства, учитывая отсутствие сведений устранения факта нарушения законодательства о рекламе, считает необходимым выдать предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе ИП К.

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 ненадлежащей рекламу: «В розлив», ««Магазин «ПИВПУНКТ» приветствует Вас!!! Рады Вам предложить более 20 видов разливных напитков. 15 сортов светлого и 4 сорта темного пива, а также пивные напитки: Сакура, Медовуха и Грушевая Бражка. Всегда в продаже лимонады со вкусом нашего детства: Грушевый, Тархун, Мохито. Большой выбор вяленой рыбы, икры, домашних сухариков и сушеных морепродуктов. В Вашем услугам доставка и сервис предварительного заказа пива по телефону 254-000. Мы

работаем для Вас с 10.00 до 23.00. Добро пожаловать!!!», «3+1 при покупке 3 л пива «Венское» 1 л в подарок», «Внимание конкурс! Подписывайтесь в группу в контакте www.vk.com/pivpunkt и выигрывайте!», «3+1 при покупке 3 л пива «Деревенское» 1 л пива в подарок», «2+1 при покупке 2 л пива «Макарий бархатное» 1 л пива в подарок», «2+1 при покупке 2 л пива «Чешское домашнее» 1 л пива в подарок», «пиво «Светлое» 1 литр – 64 руб. пиво «Баварское» 1 литр – 70 руб.», размещенную на внешней стене здания, расположенного по адресу: ***, поскольку нарушает требования части 9 статьи 19, пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать индивидуальному предпринимателю К. предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

ПО ДЕЛУ № 03-21/16-2017

«14» марта 2017 года

г. Йошкар-Ола

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии –

член Комиссии –

член Комиссии –

на основании своего решения от «14» марта 2017 года по делу № 03-21/16-2017 о признании ненадлежащей рекламы магазина разливных напитков «Пивпункт», размещенной на внешней стене здания магазина, расположенного по адресу: ***, 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. Индивидуальному предпринимателю К. в семидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно прекратить распространение рекламы алкогольной продукции с нарушением части 9 статьи 19, пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

2. Индивидуальному предпринимателю К. представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в течение трех дней с момента его исполнения.

Пунктом 2.4 статьи 19.5 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность за невыполнение в установленный срок законного решения, предписания федерального антимонопольного органа, его территориального органа о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии: