

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №71-ФАС22-Р/06-15

21 июля 2015г.

г.Барнаул

Резолютивная часть решения объявлена 21 июля 2015 года.
Решение изготовлено в полном объеме 21 июля 2015 года.

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

<...>

рассмотрев дело №71-ФАС22-Р/06-15 по факту распространения ИП Сусоевым по адресу: г.Бийск, ул.Мерлина, 18, наружной рекламой алкогольной продукции (пива); в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – ИП Сусоева; в отсутствии заявителя (извещен надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

В управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю поступило обращение гражданина Российской Федерации (вхд.№155999 от 25.05.2015г.) по факту распространения наружной рекламы алкогольной продукции (пива) следующего содержания: «Закусочная Напитки на розлив Акция 2+1» с изображением бочки, колосьев пшеницы, пивных бокалов, пивной кружки, наполненных напитками, а также рекламной конструкции с наружной рекламой следующего содержания «Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью», с изображением бочки, винограда, бокала, наполненного напитком. На заседании Комиссии ИП Сусоев, признал факт размещения рекламной конструкции с наружной рекламой «Закусочная Напитки на розлив Акция 2+1» с изображением бочки, колосьев пшеницы, пивных бокалов, пивной кружки, наполненных напитками, справа при входе в закусочную «Хмельная бочка». Относительно рекламной конструкции с рекламой «Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью», с изображением бочки, винограда, бокала, наполненного напитком, пояснил, что данная рекламная конструкция осталась от прежнего хозяина. На представленных баннерах нет прямого указания о том, что употребление алкогольной продукции имеет важное значение для достижения общественного признания. По адресу: г.Бийск, ул. Мерлина, 18 расположена закусочная, в ассортименте представлены разливные напитки, в том числе лимонад, кола, морс, квас, пиво, безалкогольное пиво. Пояснил, что акция «2+1» - это условия продажи пива, при котором при покупке двух литров пива, 1 литр в подарок.

Комиссия, заслушав ИП Сусоев, изучив материалы дела и исследовав доказательства по делу, дав им надлежащую оценку, пришла к следующим выводам.

При входе в закусочную «Хмельная бочка» по адресу: г.Бийск, ул.Мерлина, 18, справа размещена рекламная конструкция с наружной рекламой алкогольной продукции (пива) следующего содержания: «Закусочная Напитки на розлив Акция 2+1» с изображением бочки, колосьев пшеницы, пивных бокалов, пивной кружки, наполненных напитками; слева размещена рекламная конструкция с наружной рекламой следующего содержания: «Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью», с изображением бочки, винограда, бокала, наполненного напитком.

В данной рекламе усматриваются признаки нарушения п.5 ч.2 ст.21 Федерального

закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

В соответствии с п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «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.

Данная норма является общей для рекламы алкогольной продукции и распространяется, в том числе на рекламу стимулирующего мероприятия, условием участия в котором является приобретение алкогольной продукции. Рассматриваемая информация полностью соответствует легальному определению понятия «реклама», закрепленному в статье 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к закусочной «Хмельная Бочка», напиткам, которые реализуются на розлив, а также к проводимой акции «2+1», которая является стимулирующим мероприятием.

Согласно подпункта 7 статьи 2 Федерального закона от 18.07.2011г. №218-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, 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, коньяк), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

Реклама «Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью», с изображением бочки, винограда, бокала наполненного напитком, распространена с использованием рекламной конструкции (баннера) слева от входа в магазин и содержит предупреждение, предусмотренное для рекламы алкогольной продукции в соответствии с ч.3 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ч.3 ст.21 Федерального 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).

Данные обстоятельства указывают на ненадлежащую рекламу, поскольку не соблюдены требования п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

Реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, признается, согласно пункту 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», ненадлежащей.

В соответствии со ст.38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требований установленных требованиями п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

Согласно п.7 ст.3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Из представленных в адрес антимонопольного органа документов следует, что рекламодателем указанной рекламной информации является - ИП

Сусоев, который пользуется помещением по адресу: г.Бийск, ул. Мерлина,18 на основании договора аренды нежилого помещения б/н от 01.11.2014г.

Таким образом, Комиссией установлен факт нарушения ИП Сусоевым п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе», выразившегося в распространении по адресу: г.Бийск, ул. Мерлина,18 ненадлежащей наружной рекламы алкогольной продукции (пива) «Закусочная Напитки на розлив Акция 2+1» с изображением бочки, колосьев пшеницы, пивных бокалов, пивной кружки наполненных напитками и «Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью», с изображением бочки, винограда, бокала наполненного напитком.

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 наружную рекламу алкогольной продукции (пива) «Закусочная Напитки на розлив Акция 2+1» с изображением бочки, колосьев пшеницы, пивных бокалов, пивной кружки наполненных напитками и «Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью», с изображением бочки, винограда, бокала наполненного напитком ненадлежащей, так как при ее распространении нарушены требования п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».
2. Признать рекламораспространителя ИП Сусоева нарушившим требования п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».
3. Вынести рекламораспространителю ИП Сусоеву предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

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

<...>

ПРЕДПИСАНИЕ № 108
о прекращении нарушения законодательства
Российской Федерации о рекламе

21 июля 2015г.

г.Барнаул

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

<...>

на основании своего решения от 21 июля 2015г. по делу №71-ФАС22-Р/06-15 о признании ненадлежащей наружной рекламы алкогольной продукции (пива), распространенной ИП Сусоевым, поскольку при ее распространении нарушены требования п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП Сусоеву <...> в срок до 20 августа 2015г. прекратить нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: прекратить

распространение рекламы алкогольной продукции (пива): «Закусочная Напитки на розлив Акция 2+1» с изображением бочки, колосьев пшеницы, пивных бокалов, пивной кружки наполненных напитками, а также рекламной конструкции с наружной рекламой следующего содержания «Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью», с изображением бочки, винограда, бокала наполненного напитком.

2. ИП Сусоеву представить в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 21 августа 2015г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе, управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю вправе, в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот до пятисот тысяч рублей.

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

<...>