

ИП Б<...>

Кожевенный пер.,<...>

г.Бийск, 659306

Заявителю

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 022/05/21-116/2022

Решение изготовлено в полном объеме 31 мая 2022 года г.Барнаул

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

председатель Комиссии:

<...> – врио заместителя руководителя управления,

члены Комиссии:

<...> – начальник отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

<...> – главный специалист-эксперт отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

рассмотрев материалы дела № 022/05/21-116/2022 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в городе Бийске наружной рекламы алкогольной продукции (пива) с использованием образа человека, что указывает на признаки нарушения пункта 6 части 1, пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»,

в отсутствие представителей лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рекламодателя и рекламораспространителя - ИП Б<...>, ИНН 220414852551, ОГРНИП 319222500000790 (извещен надлежащим образом),

в отсутствие заявителя, Алтайский край, г.Барнаул (извещен надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

дело № 022/05/21-116/2022 возбуждено по результатам рассмотрения обращения гражданина, направленного из приемной Президента Российской Федерации в Алтайском крае, о распространении в городе Бийске наружной рекламы алкогольной продукции (пива).

Из заявления следует, что в городе Бийске по адресу: Ильи Мухачева ул., 236 на фасаде торгового объекта «Казанский» размещена реклама следующего содержания: «КАЗАНСКИЙ 24 часа РАЗЛИВНЫЕ НАПИТКИ 2+1 БОЛЕЕ 20 ВИДОВ ЗАКУСКИ В АССОРТИМЕНТЕ», «...Крафтовая ПИВОВАРНЯ «Хлебная» ХОРОШЕЧНОЕ СВЕЖИЕ НАПИТКИ НА РОЗЛИВ Kruger...» с изображением деревянных бочек, а

также образа мужчины.

В рассматриваемой рекламе антимонопольным органом усмотрены признаки нарушения пункта 6 части 1, пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Лицом, в действиях которого усмотрены признаки нарушения законодательства о рекламе, признано ООО «Риконт-Регион», осуществляющее, по информации, предоставленной администрацией города Бийска, предпринимательскую деятельность в торговом помещении, расположенном по адресу: Ильи Мухачева ул., 236 в городе Бийске.

В процессе рассмотрения дела в порядке пунктов 35, 38 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020г. № 1922 (далее – Правила), осуществлена замена ненадлежащей стороны по делу - ООО «Риконт-Регион» на надлежащую - ИП Б<...>, ИНН 220414852551, который по информации, предоставленной ООО «Риконт-Регион», осуществляет деятельность по розничной продаже напитков (в том числе пива) в помещении, расположенном в городе Бийске по адресу: И.Мухачева ул., 236. ООО «Риконт-Регион» по данному адресу осуществляет розничную продажу крепких алкогольных напитков (ассортиментный перечень товаров приложен).

Рассмотрение дела назначено на 18 мая 2022 года.

18 мая 2022 года лица, участвующие в деле, в заседание Комиссии не явились; ходатайств от указанных лиц в адрес антимонопольного органа не поступало. Документы, связанные с размещением рассматриваемой рекламы, истребованные определением от ИП Б<...>, в материалы дела не поступили.

Комиссией рассмотрение дела в порядке пункта 38 Правил отложено до 31 мая 2022 года в связи с необходимостью получения антимонопольным органом дополнительных доказательств.

19 мая 2022 года по электронной почте от ИП Б<...> в управление поступили копии следующих документов и материалов:

- договор аренды нежилого помещения от 01.02.2019г.,
- лист записи ЕГРИП;
- уведомление о постановке на учет физического лица в налоговом органе;
- фотоснимки фасада торгового объекта;
- ассортиментный перечень продукции: различные напитки, крепкий алкоголь, закуски, выпечка, готовые блюда, выпечка, табак, а также сообщено, что договор с компанией «Крюгер», предоставившей рекламный баннер, индивидуальный предприниматель найти не может.

31 мая 2022 года лица, участвующие в деле, в заседание Комиссии не явились, о дате, времени и месте рассмотрения дела извещены надлежащим образом;

ходатайств от указанных лиц в адрес антимонопольного органа не поступало. Комиссией принято решение о рассмотрении дела в отсутствие указанных лиц по имеющимся в деле документам и материалам.

Комиссия, изучив материалы дела и исследовав доказательства по делу, пришла к следующим выводам.

Согласно материалам дела, в городе Бийске по адресу: Ильи Мухачева ул., 236 на фасаде торгового объекта «Казанский» размещена реклама следующего содержания: «КАЗАНСКИЙ 24 часа РАЗЛИВНЫЕ НАПИТКИ 2+1 БОЛЕЕ 20 ВИДОВ ЗАКУСКИ В АССОРТИМЕНТЕ», «...Крафтовая ПИВОВАРНЯ «Хлебная» ХОРОШЕЧНОЕ СВЕЖИЕ НАПИТКИ НА РОЗЛИВ Kruger...» с изображением деревянных бочек, а также образа мужчины.

На основании статьи 3 Федерального закона «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) 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.

Рассматриваемая информация полностью соответствует определению понятия «реклама», направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к разливным напиткам, в частности пиву «Хорошечное», акции «2+1», а также крафтовой пивоварне «Хлебная», и продавцу магазин-бар «Казанский», способствует формированию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их на рынке.

Тем самым, рассматриваемая реклама является рекламой алкогольной продукции, ее производителя и продавца.

В силу 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» 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, коньяк), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

Статьей 21 Закона о рекламе установлены специальные требования и ограничения к рекламе алкогольной продукции.

Согласно пункту 5 части 2 статьи 21 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.

Кроме того, согласно пункту 6 части 1 статьи 21 Закона о рекламе, реклама алкогольной продукции не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

Исходя из положений статьи 19 Закона о рекламе, следует, что законодательство о рекламе не содержит исчерпывающего перечня видов рекламных конструкций, в связи с чем, рекламной конструкцией является любое техническое средство стабильного размещения.

Действие рекламы алкогольной продукции (пива) направлено на неограниченное количество лиц, в том числе на тех, кто не является потребителями такой продукции (например, несовершеннолетние), поскольку размещение рекламы алкогольной продукции посредством рекламной конструкции, то есть способом, обеспечивающим ее свободное восприятие, делает такую рекламу доступной для этих лиц.

В соответствии с частью 4 статьи 2 Закона о рекламе специальные требования и ограничения, установленные в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого Федеральным законом «О рекламе» установлены специальные требования и ограничения.

Согласно Письму ФАС России № АК/76734/18 от 24.09.2018г. «О применении статьи 21 Федерального закона «О рекламе» в рекламе, содержащей сведения, формирующие интерес к пиву, как напитку, без указания на индивидуализирующие признаки товара, в частности, без конкретных наименований пива, объектом рекламирования алкогольная продукция не выступает. Однако указание сведений, формирующих интерес к пиву, как напитку, в рекламе, объектом рекламирования которой выступает продавец товаров, позволяет сделать однозначный вывод о том, что объектом рекламирования выступает деятельность такого лица по продаже алкогольной продукции, представляющей собой пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива.

Учитывая изложенное, рассматриваемая реклама размещена с нарушением пункта 6 части 1, пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

В силу статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований пункта 5 части 2 статьи 21 Закона несет рекламодатель, ответственность за нарушение пункта 6 части 1 статьи 21 Закона несет рекламодатель.

Установлено, что рекламодателем и рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП Березин Роман Евгеньевич, осуществляющий предпринимательскую деятельность в объекте торговли «Казанский».

В соответствии со статьей 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламодателям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Из предоставленных ИП Б<...> фотоснимков фасада объекта торговли «Казанский» следует, что в настоящее время на фасаде размещена рекламная конструкция с информацией следующего содержания: «КАЗАНСКИЙ 24 часа РАЗЛИВНЫЕ НАПИТКИ 2+1 БОЛЕЕ 20 ВИДОВ ЗАКУСКИ В АССОРТИМЕНТЕ». Комиссией установлено, что на фасаде отсутствует рекламная конструкция с информацией: «...Крафтовая ПИВОВАРНЯ «Хлебная» ХОРОШЕЧНОЕ СВЕЖИЕ НАПИТКИ НА РОЗЛИВ Kruger...» с изображением деревянных бочек, а также образа мужчины, которая в совокупности с предыдущей четко обозначала объект рекламирования – пиво, его изготовитель и продавец.

На рекламной конструкции, размещаемой в настоящее время, объектом рекламирования выступают разливные напитки, к рекламе которых ограничения, установленные статьей 21 Закона о рекламе, не применяются.

Тем самым, выдача ИП Б<...> предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе нецелесообразна.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу «КАЗАНСКИЙ 24 часа РАЗЛИВНЫЕ НАПИТКИ 2+1 БОЛЕЕ 20 ВИДОВ ЗАКУСКИ В АССОРТИМЕНТЕ», «...Крафтовая ПИВОВАРНЯ «Хлебная» ХОРОШЕЧНОЕ СВЕЖИЕ НАПИТКИ НА РОЗЛИВ Kruger...» с изображением деревянных бочек, а также образа мужчины, размещенную в городе Бийске по адресу: Ильи Мухачева ул., 236 на фасаде торгового объекта «Казанский», ненадлежащей, поскольку при ее распространении нарушены требования пункта 6 части 1, пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать в связи с нецелесообразностью.

Председатель Комиссии: <...>

Члены Комиссии: <...>