

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №151-ФАС22-Р/11-16

Решение изготовлено в полном объеме 18 мая 2017 года
г.Барнаул

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

<...>

рассмотрев дело №151-ФАС22-Р/11-16 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения по адресу: г.Ярское, ул. Пушкина, д.2а (шатер «AMSTEL Premium Pilsner» у здания пенсионного фонда) наружной рекламы алкогольной продукции (пиво), в которой усматриваются признаки нарушения п.5 ч.2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе», в отсутствие лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – рекламораспространителя, ИП Гавриловой, в отсутствии заинтересованного лица – Т<...>

УСТАНОВИЛА:

От ИП Гавриловой и Т<...> поступили ходатайства (вхд. №175006 от 10.05.17г. и вхд. №175007 от 10.05.17г. соответственно) о рассмотрении дела в их отсутствии. В силу п.30 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006г. № 508, не является препятствием для рассмотрения дела отсутствие представителей указанных лиц, так как ИП Гаврилова и Т<...> своевременно и надлежащим образом извещены о времени и месте рассмотрения дела. Комиссией принято решение о рассмотрении дела в отсутствие ИП Гавриловой и Т<...>.

09 ноября 2017г. Комиссией управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю было принято решение о возбуждении дела №51-ФАС22-Р/11-17 по признакам нарушения п.5 ч.2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» в отношении ИП Жук А.А. по факту распространения по адресу: г.Ярское, ул. Пушкина, д.2а (шатер «AMSTEL Premium Pilsner» у здания пенсионного фонда) наружной рекламы алкогольной продукции (пиво).

22.12.2016г. на основании представленной информации, Комиссией было установлено, что ИП Жук рекламораспространителем не является.

Согласно абз.3 п. 35 Правил рассмотрения антимонопольных дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рассмотрение дела может быть приостановлено антимонопольным органом в случае необходимости установления местонахождения лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. Течение срока при приостановлении дела прерывается и продолжается с даты возобновления дела.

На основании изложенного, руководствуясь абз.3 п. 36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия определила: производство по делу №151-ФАС22-Р/11-16 приостановить до установления местонахождения лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения

законодательства Российской Федерации о рекламе, осуществившего распространения по адресу: г.Яровое, ул. Пушкина, д.2а (шатер «AMSTEL Premium Pilsen») наружной рекламы алкогольной продукции следующего содержания: «AMSTEL» ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ ВРЕДИТ ЗДОРОВЬЮ НАСЛАЖДАЯСЬ ЖИЗНЬЮ, ЗДЕСЬ НЕ ТОРОПЯТ ВРЕМЯ AMSTEL Premium Pilsen», с изображением товарного знака «AMSTEL», а также стакана, наполненного напитком с пеной и надписью «AMSTEL Premium Pilsen»; производство по делу в отношении ИП Жук прекратить.

В соответствии с п.35 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, 21 марта 2017г. вынесено определение о возобновлении рассмотрения дела №151-ФАС22-Р/11-16. Признать лицами, участвующими в деле: лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе: рекламораспространитель – ИП Гаврилова <...>; заинтересованное лицо: Т<...>

03 апреля 2017г. от ИП Гавриловой поступило ходатайство об отложении рассмотрения дела на более поздний срок, в связи с необходимостью предоставления документов и доказательств (вхд. №173362).

04 апреля 2017г. Комиссия удовлетворила ходатайство ИП Гавриловой, продлила срок рассмотрения дела №151-ФАС22-Р/11-16 до 21 мая 2017 года.

27.04.2017г. Комиссией управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю вынесено определение об отложении рассмотрения дела №151-ФАС22-Р/05-17, в связи с отсутствием в материалах дела доказательств надлежащего извещения лица.

18 мая 2017г. Комиссия продолжила рассмотрение дела №151-ФАС22-Р/11-16 в новом заседании с того момента, с которого оно было отложено.

13 июля 2016г. управлением Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю выявлен факт распространения по адресу: г.Яровое, ул. Пушкина, д.2а (шатер «AMSTEL Premium Pilsen» у здания пенсионного фонда) наружной рекламы алкогольной продукции следующего содержания: «AMSTEL» ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ ВРЕДИТ ЗДОРОВЬЮ НАСЛАЖДАЯСЬ ЖИЗНЬЮ, ЗДЕСЬ НЕ ТОРОПЯТ ВРЕМЯ AMSTEL Premium Pilsen», с изображением товарного знака «AMSTEL», а также стакана, наполненного напитком с пеной и надписью «AMSTEL Premium Pilsen».

В данной рекламе усматриваются признаки нарушения п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

ИП Гаврилова на определение о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе представила письменное пояснение, что при монтаже шатра представителями компании «Эридан» один из работников ИП Гавриловой обратил внимание на недопустимость размещения на шатре рекламы в виде бутылок, стаканов с пивом. Однако, от представителя компании получила ответ, что реклама безалкогольного пива разрешена, изображения размещены на палатке законно. В своем ответе ИП Гаврилова делает ссылку на письмо ФАС России №АК/36526/13 от 18.09.2013г., адресованное ООО «Объединенные Пивоварни Хейнекен».

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

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «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. 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), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

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.

В соответствии с ч.4. ст.2 Федерального закона «О рекламе», специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом 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 настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

Информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара (пункт 16 информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 N 37 "Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе").

В соответствии с п.2 Постановления Пленума ВАС №58 от 08.10.2012г. «О некоторых вопросах практики применения Арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы судам необходимо учитывать, что размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее свое целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

По информации, размещенной в сети «Интернет» на сайте: <http://alko-planeta.ru/pivo/marki/amstel.html>, «AMSTEL Premium Pilsen» - это марка пива, содержащая 4,8% этилового спирта; страна происхождения – Нидерланды; производитель в Российской Федерации - компания Heineken N.V.

Согласно официальному сайту компании Heineken N.V.

(http://www.heinekenrussia.ru/brands/international_brands/amstel/#), ассортимент пива «AMSTEL» представлен тремя марками: «Premium Pilsener», «Non-Alcoholic» и «Weiss».

В соответствии с решением Роспатента обозначение "AMSTEL" признано

общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01.01.2010 на имя компании Amstel Brouwerij B.V., Нидерланды, в отношении товара 32 класса МКТУ - "пиво".

На основании изложенного, обозначенная рекламная информация полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», является публичной, направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к рекламируемой алкогольной продукции (пиво) марки «AMSTEL Premium Pilsen», к продавцу и производителю рекламируемого товара, способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их на рынке. В соответствии с п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе», наружная реклама алкогольной продукции 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 не допускается. Кроме того, 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).

Обозначенная рекламная информация содержит предупреждение, предусмотренное для рекламы алкогольной продукции в соответствии с ч. 3 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

Таким образом, в совокупности с названием шатра «AMSTEL Premium Pilsen», изображениями: товарного знака пива «AMSTEL», а также стакана, наполненного напитком с пеной и надписью «AMSTEL Premium Pilsen» и предупреждением о вреде чрезмерного употребления алкогольной продукции, данная реклама ассоциируется с рекламой алкогольной продукции (пиво) марки «AMSTEL Premium Pilsen».

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 требования 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.

Согласно ч.2 ст. 33 Федерального закона «О рекламе», антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламодателям, рекламопроизводителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе выдается виновному в нарушении лицу, а также участвующим в рассмотрении дела заинтересованным лицам, причастным к распространению ненадлежащей рекламы и способным прекратить ее распространение.

По информации, представленной администрацией города Яровое Алтайского края (вхд. №172001 от 27.02.2017г.), собственником земельного участка, на котором установлен шатер «AMSTEL Premium Pilsen» с наружной рекламы алкогольной продукции (пиво) является Т<...>, а предпринимательскую деятельность по адресу: г.Яровое, в 28 м. на юг от дома №2а по ул. Пушкина, (шатер «AMSTEL Premium Pilsen») осуществляет ИП Гаврилова.

Таким образом, установлено, что рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ИП Гаврилова.

На основании изложенного, Комиссией установлен факт нарушения ИП Гаврилова требований п.5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе», выразившегося в размещении и распространении ненадлежащей рекламы алкогольной продукции (пиво) по адресу: г.Яровое, ул. Пушкина, д.2а (шатер «AMSTEL Premium Pilsen» у здания пенсионного фонда).

На основании изложенного, руководствуясь п.1 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пп.37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу алкогольной продукции (пиво) следующего содержания: «AMSTEL» ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ ВРЕДИТ ЗДОРОВЬЮ НАСЛАЖДАЯСЬ ЖИЗНЬЮ, ЗДЕСЬ НЕ ТОРОПЯТ ВРЕМЯ AMSTEL Premium Pilsen», с изображением товарного знака «AMSTEL», а также стакана, наполненного напитком с пеной и надписью «AMSTEL Premium Pilsen», распространенную по адресу: г.Яровое, ул. Пушкина, д.2а, ненадлежащей, поскольку при ее размещении и распространении нарушены требования п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».
- 2.Признать ИП Гаврилову нарушившей требования законодательства Российской Федерации о рекламе.
- 3.Выдать ИП Гавриловой предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
4. Выдать Т<...> как лицу, способной устранить нарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

<...>

ПРЕДПИСАНИЕ № 30 о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

18 мая 2017г.

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 18 мая 2017г. по делу №151-ФАС22-Р/11-16 о признании ненадлежащей рекламы алкогольной продукции (пиво), распространенной по адресу: г.Яровое, ул. Пушкина, д.2а (шатер «AMSTEL Premium Pilsen»), поскольку при ее распространении нарушено требование 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 «О

рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП Гавриловой в срок до 07 июня 2017г. прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: прекратить распространение рекламы алкогольной продукции (пиво) по адресу: г.Ярское, ул. Пушкина, д.2а (шатер «AMSTEL Premium Pilsner»), по которой вынесено решение, поскольку при ее распространении нарушены требования п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

2. ИП Гавриловой представить в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 09 июня 2017 года.

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.

<...>

ПРЕДПИСАНИЕ № 31
о прекращении нарушения
законодательства Российской Федерации о рекламе

18 мая 2017г.

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 18 мая 2017г. по делу №151-ФАС22-Р/11-16 о признании ненадлежащей рекламы алкогольной продукции (пиво), распространенной по адресу: г.Ярское, ул. Пушкина, д.2а (шатер «AMSTEL Premium Pilsner»), поскольку при ее распространении нарушено требование 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 «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Т<...> в срок до 07 июня 2017г. как лицу способному прекратить нарушение ИП

Гавриловой законодательства Российской Федерации о рекламе, осуществить действия, способствующие прекращению распространения ИП Гавриловой рекламы алкогольной продукции (пиво) по адресу: г.Яровое, ул. Пушкина, д.2а (шатер «AMSTEL Premium Pilsner»), по которой принято решение по делу.

2. Т<...> представить в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 09 июня 2017 года.

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.

<...>