

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №149-ФАС22-Р/11-15

Резолютивная часть решения объявлена 10 декабря 2015 года.

Решение изготовлено 16 декабря 2015 года.

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

<...>

рассмотрев дело № 149-ФАС22-Р/11-15 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту размещения в г.Барнауле по адресу Павловский тракт, д.227 (магазин «Пивное море») ненадлежащей наружной рекламы алкогольной продукции,

в отсутствие заявителя (о месте и времени рассмотрения дела извещен надлежащим образом),

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рекламораспространителя индивидуального предпринимателя Полуэктовой <...>,

УСТАНОВИЛА:

30 октября 2015 года в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю поступило заявление жителя города Барнаула (вхд.1513216 от 30.10.2015г.), направленное прокуратурой Индустриального района г.Барнаула, о распространении между подъездами №2 и №3 во дворе дома по адресу: г.Барнаул, Павловский тракт, 227 (магазин «Пивное море»), наружной рекламы алкогольной продукции (пива), что указывает на признаки нарушения п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе». Кроме того, заявитель указывает, что рекламная конструкция размещена без разрешительных документов.

Антимонопольным органом в результате рассмотрения заявления установлено, что между подъездами №2 и №3 во дворе дома по адресу: г.Барнаул, Павловский тракт, 227, размещена рекламная конструкция с рекламой пива безалкогольного марки BESSER.

По адресу: г.Барнаул, Павловский тракт, д.227, возле входа в магазин «Пивное море» размещены рекламные конструкции с рекламой следующего содержания: «Напитки на розлив АЛТАЙ БОЧКАРИ Нам есть чем гордиться www.bochkari.ru», сопровождается изображением бокала, наполненного пенящимся напитком; «ФПК г.Барнаул Живые напитки! Предупреждаем о вреде чрезмерного употребления пива www.fpk-rivo.ru (3852)63-88-01», сопровождается изображением мельницы, деревянной бочки с цветущим хмелем на фоне колосистого поля.

В заседании Комиссии ИП Полуэктова нарушение не признала, высказала возражение на определение о возбуждении дела № 149-ФАС22-Р/11-15, обосновав это следующим: в определении о возбуждении дела №149-ФАС22-Р/11-15 антимонопольное управление ссылается на заявление жителя г.Барнаула (вхд.1513216 от 30.10.2015г.) о распространении между подъездами №2 и №3 во

дворе дома по адресу Павловский тракт, 227, наружной рекламы алкогольной продукции. В рамках данного заявления была проведена выездная проверка сотрудниками ФАС. Сотрудники ФАС не проверили баннер, указанный в заявлении жителя г. Барнаула, зато указали баннеры, которые являются элементами оформления со стороны Павловского тракта и не являются рекламой конкретного вида товара, также не размещена реклама изготовителя: «Бочкари Алтай» (не является рекламой завода), ФПК – аббревиатура, а не название завода. Предупреждение о чрезмерном употреблении пива говорит лишь о том, что магазин «Пивное море» является магазином по продаже алкогольных товаров и она предупреждает о вреде употребления алкоголя. Считает, что данная проверка вышла за рамки жалобы заявителя, на основании которой она была инициирована. То, что указано в заявлении жителя, не проверено вообще сотрудниками ФАС, а проверено то, что не является предметом жалобы. Считает, что сотрудники ФАС нарушили регламент проведения проверок, предусмотренный Федеральным законодательством. С результатами проверки категорически не согласна. Все проверки должны проходить в рамках жалобы.

Комиссия, рассмотрев материалы дела и заслушав пояснения ИП Полуэктовой, дав им надлежащую оценку, пришла к следующим выводам.

На основании статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «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; 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.

Обозначенная рекламная информация полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», является публичной, направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к продавцу и производителю пива, пиву, способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их на рынке.

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.

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».

Также на рекламных конструкциях размещены средства индивидуализации производителя пива - Форштатской пивоваренной компании (логотип ФПК), адрес сайта Форштатской пивоваренной компании и обозначение БОЧКАРИ, являющееся неохраняемым элементом товарного знака БОЧКАРИ – СТОЛИЦА ПИВОВАРЕНИЯ, зарегистрированного по классу товаров: пиво и принадлежащего ООО «Бочкаревский пивоваренный завод». Кроме того, обозначение БОЧКАРИ является элементом логотипа ООО «Бочкаревский пивоваренный завод».

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.

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

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 своей 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).

Комиссия, проанализировав имеющуюся информацию, пришла к выводу, что с учетом всех изобразительных элементов и текстов, размещенных на рекламных конструкциях, данная реклама очевидно ассоциируется с рекламой алкогольной продукции (пива).

Комиссия не рассматривает доводы ИП Полуэктовой о нарушении антимонопольным органом административного регламента по проведению проверок, так как контрольные мероприятия в отношении ИП Полуэктовой Алтайским краевым УФАС России в рамках рассмотрения заявления гражданина не проводились.

Информация о размещении рекламных конструкций у входа в магазин «Пивное море» и фотография рекламных конструкций, как и сведения о хозяйствующем субъекте, осуществляющем деятельность в магазине «Пивное море», представлены администрацией Индустриального района г.Барнаула (вхд.1514119 от 19.11.2015г.).

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

Рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП Полуэктова.

Приказ о проведении внеплановой выездной проверки в отношении ИП Полуэктовой (магазин «Пивное море») не выносился, внеплановая выездная проверка в отношении ИП Полуэктовой сотрудниками АК УФАС России не проводилась.

На основании вышеизложенного, Комиссией установлен факт нарушения ИП Полуэктовой п.5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе», выразившегося в размещении наружной рекламы алкогольной продукции.

Руководствуясь п.1 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 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, размещенную по адресу: Барнаул, Павловский тракт, д.227 (магазин «Пивное море») «Напитки на розлив АЛТАЙ БОЧКАРИ Нам есть чем гордиться www.bochkari.ru» с изображением бокала, наполненного пенящимся напитком; «ФПК г.Барнаул Живые напитки! Предупреждаем о вреде чрезмерного употребления пива www.fpk-rivo.ru (3852)63-88-01», с изображением мельницы, деревянной бочки с цветущим хмелем на фоне колосистого поля, ненадлежащей, поскольку при ее распространении нарушены требования п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

2.Признать ИП Полуэктову нарушившей требование п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

3.Выдать ИП Полуэктовой 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 № 189

о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

10 декабря 2015 г.

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 10 декабря 2015г. по делу № 149-ФАС22-Р/11-15 о признании ненадлежащей рекламы «Напитки на розлив АЛТАЙ БОЧКАРИ Нам есть чем гордиться www.bochkari.ru» с изображением бокала, наполненного пенящимся напитком; «ФПК г.Барнаул Живые напитки! Предупреждаем о вреде чрезмерного употребления пива www.fpk-rivo.ru (3852)63-88-01», с изображением мельницы, деревянной бочки с цветущим хмелем на фоне колосистого поля, поскольку при ее распространении нарушены требования п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с пунктами 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 Полуэктовой в **десятидневный срок** прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: прекратить распространение наружной рекламы алкогольной продукции, по которой принято решение по делу, размещенной по адресу: г.Барнаул, Павловский тракт, д.227 (магазин «Пивное море»).

2. ИП Полуэктовой представить в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **до 25 декабря 2015 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.

<...>