

ООО «Кронверк»

<...>

заявителю

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №022/05/21- 486/2019

Решение в полном объеме изготовлено 26 сентября 2019 г. г.Барнаул

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

Председатель:

Б<...> – врио заместителя руководителя управления,

Члены Комиссии:

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

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

рассмотрев дело №022/05/24-486/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения по адресу: г.Барнаул, ул. Северо-Западная, д.6, к.2 («Пивной бар»), рекламной конструкции с наружной рекламой алкогольной продукции (пива), в которой усматриваются признаки нарушения Федерального закона «О рекламе»,

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рекламодателя и рекламораспространителя – ООО «Кронверк», в лице директора Б<...>,

в отсутствие заявителя (уведомлен надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

24 мая 2019г. в Алтайское краевое УФАС России поступило обращение гражданина РФ (вхд. №196733) о распространении по адресу: г.Барнаул, ул. Северо-Западная, д.6, к.2 («Пивной бар»), рекламных конструкций с наружной рекламой алкогольной продукции (пива) следующего содержания: «ПИВО 69-50-77 доставка ПИВНОЙ БАР ПИВО 69-50-77 доставка РАБОТАЕМ С ПЕРВОГО и ДО ПОСЛЕДНЕГО КЛИЕНТА» с изображением пивных кружек; «ПИВБАР 18+ напитки на розлив наши градусы от 0 до 40 ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ» с изображением пивных кружек.

По результатам рассмотрения материалов заявления 18 июля 2019г. Алтайским краевым УФАС России возбуждено производство по делу №022/05/21-486/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в отношении ООО «Кронверк». Рассмотрение дела назначено на 15.08.2019г.

15.08.2019г. Комиссией управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю принято определение об отложении рассмотрения дела 022/05/21-486/2019 , в связи с отсутствием доказательств надлежащего извещения лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. Рассмотрение дела назначено на 17.09.2019г.

17.09.2019г. на заседании Комиссии директор ООО «Кронверк» Б<...> пояснил, что рекламная информация была размещена предыдущим арендатором помещения. ООО «Кронверк» осуществляет деятельность по указанному адресу, примерно, полтора года. Договор на аренду помещения, расположенного по адресу: г.Барнаул, ул. Северо-Западная, д.6, к.2 («Пивной бар»), заключается каждый год. Рекламная информация в настоящее время демонтирована.

17.09.2019г. Комиссия, рассмотрев материалы дела и заслушав пояснения представителя ООО «Кронверк», 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; товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В силу статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 N 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.

Обозначенная рекламная информация полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», является публичной, направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к рекламируемой алкогольной продукции (пиво), к продавцу рекламируемого товара («Пивной бар»), а также к оказываемым им услугам по доставке товаров, способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их на рынке.

Действие рекламы алкогольной продукции (пива) направлено на неограниченное количество лиц, в том числе на тех, которые не являются 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.

Статьей 21 Федерального закона «О рекламе» установлены требования к рекламе алкогольной продукции.

Согласно 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.

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: «ПИВБАР 18+ напитки на розлив наши градусы от 0 до 40 ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ» с изображением пивных кружек, содержит предупреждение, предусмотренное для рекламы алкогольной продукции в соответствии с ч. 3 ст.21 Федерального закона «О рекламе», кодировку рекламной информации «18+», а также указание на градусы, реализуемой алкогольной продукции, от 0 до 40, что позволяет сделать однозначный вывод о том, что объектом рекламирования выступает алкогольная продукция (пиво).

Учитывая изложенное, рассматриваемая реклама алкогольной продукции (пива) противоречит п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

Кроме того, в рекламе: «ПИВО 69-50-77 доставка ПИВНОЙ БАР ПИВО 69-50-77 доставка РАБОТАЕМ С ПЕРВОГО и ДО ПОСЛЕДНЕГО КЛИЕНТА», содержится информация о возможности оформления доставки алкогольной продукции (пиво).

В соответствии с п.1 ст.7 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама товаров, производство и (или) реализация которых запрещены законодательством Российской Федерации.

В соответствии с п.14 ч.2 ст.16 Федерального закона от 22.11.1995 N 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» розничная продажа алкогольной продукции и розничная продажа алкогольной продукции при оказании услуг общественного питания, за исключением случаев, указанных в пунктах 3 и 6 настоящей статьи, не допускаются, в том числе дистанционным способом.

Определение дистанционного способа продажи товара содержится в п. 2 ст. 497 ГК РФ, в соответствии с которым, договор розничной купли-продажи может быть заключен на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара посредством каталогов, проспектов, буклетов, фотоснимков, средств связи (телевизионной, почтовой, радиосвязи и других) или иными

способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора (дистанционный способ продажи товара).

Порядок продажи товаров дистанционным способом регулируется Правилами продажи товаров дистанционным способом, утвержденными Постановлением Правительства Российской Федерации от 27.09.2007 N 612 (далее - Правила).

Согласно Правилам, продажа товаров дистанционным способом - продажа товаров по договору розничной купли-продажи, заключаемому на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах либо представленным на фотоснимках или с использованием сетей почтовой связи, сетей электросвязи, в том числе информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», а также сетей связи для трансляции телеканалов и (или) радиоканалов, или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора.

На основании изложенного, в данном случае у потребителя отсутствует прямой, непосредственный контакт с товаром либо его образцом до заключения договора, ознакомление товара происходит посредством телефонного звонка, на указанный в рекламе номер телефона. Указанное свидетельствует о том, что при заказе товара с доставкой у покупателя отсутствует возможность непосредственного ознакомления с товаром либо образцом товара при заключении договора купли-продажи, т.е. фактически продажа алкогольной продукции осуществляется все объекта общественного питания, что законодательством запрещено.

Таким образом, рассматриваемая рекламная информация о доставке товаров алкогольной продукции (пива) подпадает под понятие дистанционного способа продажи товаров, и нарушает требования п.1 ст.7 Федерального закона «О рекламе».

Согласно п.4 ст.3 Федерального закона «О рекламе», ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

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

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требований п.1 ст. 7 Федерального закона «О рекламе» несет как рекламодатель, так и рекламодатель, ответственность за нарушение требований п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

Согласно информации, представленной администрацией Железнодорожного района г.Барнаула (вхд. №199270 от 11.07.2018г.), в торговом объекте, расположенном по адресу: г.Барнаул, ул. Северо-Западная, д.6, к.2 («Пивной бар»), предпринимательскую деятельность осуществляет ООО «Кронверк» (ОГРН 1092224003387).

Таким образом, установлено, что рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ООО «Кронверк» (ОГРН 1092224003387).

На основании изложенного, Комиссией установлен факт нарушения ООО «Кронверк» п.1 ст.7 и п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе», выразившегося в размещении и распространении ненадлежащей рекламы алкогольной продукции (пива), по адресу: г.Барнаул, ул. Северо-Западная, д.6, к.2 («Пивной бар»).

В соответствии с п. 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает предписание лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Доказательства, подтверждающие прекращение распространения ненадлежащей рекламы алкогольной продукции (пива), по адресу: г.Барнаул, ул. Северо-Западная, д.6, к.2 («Пивной бар»), в антимонопольный орган ООО «Кронверк» не представлено.

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 (пива): «ПИВО 69-50-77 доставка ПИВНОЙ БАР ПИВО 69-50-77 доставка РАБОТАЕМ С ПЕРВОГО и ДО ПОСЛЕДНЕГО КЛИЕНТА» с изображением пивных кружек; «ПИВБАР 18+ напитки на розлив наши градусы от 0 до 40 ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ» с изображением пивных кружек, размещенную и распространенную по адресу: г.Барнаул, ул. Северо-Западная, д.6, к.2 («Пивной бар»), ненадлежащей, так как при ее размещении и распространении нарушены требования п.1 ст.7 и п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

2.Признать ООО «Кронверк» нарушившим требование п.1 ст.7 и п.5 ч.2 ст.21 законодательства Российской Федерации о рекламе.

3.Выдать ООО «Кронверк» предписание об устранении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

4.Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Алтайского краевого УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении в отношении ООО «Кронверк» дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в суд в порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации.

Председатель Комиссии: Б<...>

Члены Комиссии: К<...>

П<...>