

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

об отложении рассмотрения дела № 4-05/96

«22» декабря 2015 г.

г. Хабаровск

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

Председатель комиссии:

<...> – руководитель управления;

Члены комиссии:

<...>- начальник отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

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

рассмотрев дело № 4-05/96 по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе факту распространения ООО «Саквояж» наружной рекламы пива с нарушением требований пункта 6 части 1, пунктов 5 и 6 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе»

в отсутствие представителя ООО «Саквояж», надлежащим образом извещенного о месте, дате и времени рассмотрения дела

УСТАНОВИЛА:

В адрес Хабаровского УФАС России поступило заявление (вх. № 4/11668 от 25.11.2015 г.) о признаках нарушения рекламного законодательства при распространении рекламы алкогольной продукции.

В ходе рассмотрения заявления установлено, что на ограждении кафе «Чарльз Диккенз», расположенного по адресу: г. Хабаровск, ул. Волочаевская, 36, распространяется реклама следующего содержания: «Если пить, то метрами, если есть, то килограммами! При покупке метра пенного метр колбасы в ПОДАРОК! Фирменные копчения в домашней коптильне. Еженедельное поступление охлажденной семги с фарерских островов. Новое меню блюда от шеф-повара. Живое пенное. Варим сами. Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью», содержащая фотоизображение девушки и кружек с пенным напитком.

Кроме того, в указанном месте и способом бегущей строки распространяется рекламная информация следующего содержания: «Живое пиво. К метру пива-метр колбасы в подарок».

Согласно п. 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама - 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.

Под объектом рекламирования подразумевается товар, средство индивидуализации, 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 (п.2 ст.3 Закона «О рекламе»).

В порядке ч. 4 статьи 2 ФЗ «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 специальные требования и ограничения.

Рекламная информация о возможности приобретения в кафе «Чарльз Диккенз» пива на выгодных условиях (получение подарка - колбасы) формирует интерес к продавцу товара и алкогольной продукции (пиву), реализуемой в кафе и направлено на увеличение объемов продаж, следовательно, должна соответствовать требованиям, предъявляемым к рекламе этого товара.

В соответствии с пунктом 5 части 2 статьи 21 ФЗ «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.

Кроме того, реклама распространяется на расстоянии ближе, чем 100 метров от МОУ СОШ № 19, расположенной по адресу: г. Хабаровск, ул. Волочаевская, 30.

В соответствии с пунктом 6 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться в детских, образовательных, медицинских, санаторно-курортных, оздоровительных, военных организациях, театрах, цирках, музеях, домах и дворцах культуры, концертных и выставочных залах, библиотеках, лекториях, планетариях и на расстоянии ближе, чем сто метров от занимаемых ими зданий, строений, сооружений.

На основании пункта 6 части 1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

В нарушение указанного требования реклама содержит фотоизображение девушки.

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» за нарушение требований пункта 6 части 1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» ответственность несет рекламодатель.

Согласно части 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований пунктов 5 и 6 части 2 статьи 21 закона несет рекламораспространитель.

В ответ на определение о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе ООО «Саквояж» пояснило, что рекламные конструкции, расположенные на ограждении по адресу г. Хабаровск, ул. Волочаевская, 36, находятся в собственности <...> (собственника строения). Он самостоятельно разместил текст на рекламных конструкциях, определил его содержание и оформление. Разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции выдано также <...>.

<...> в своем письме подтвердил позицию ООО «Саквояж» и признал вину в совершенных им действиях.

Таким образом, ООО «Саквояж» не является рекламораспространителем и рекламодателем, в их действиях отсутствуют признаки нарушения требований пункта 6 части 1, пунктов 5 и 6 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

На основании пункта 32 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия решила заменить лицо ООО «Саквояж» на <...>.

В связи с заменой ненадлежащего лица надлежащим лицом, в соответствии с абзацем 6 пункта 34 указанных Правил, Комиссия

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Рассмотрение дела № 4-05/96 отложить.
2. Назначить дело № 4-05/96 к рассмотрению на 25 января 2016 г. в 11 часов 00 минут по адресу: г. Хабаровск, ул. Запарина, 67, каб. 23.
3. Явка <...>, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации обязательна.