

резольютивная часть оглашена 03 декабря 2015 года

г. Ижевск

изготовлено в полном объеме 09 декабря 2015 года

Постоянно действующая Комиссия Удмуртского УФАС России по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в составе:

председатель Комиссии: <...> – заместитель руководителя – начальник отдела контроля органов власти Управления Федеральной антимонопольной службы по Удмуртской Республике; члены Комиссии: <...> – старший государственный инспектор отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции; <...> - специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции, кворум соблюден,

рассмотрев дело № ТГ 04-03/2015-204Р, возбужденное в отношении <...> по факту распространения рекламы алкогольной продукции, с признаками нарушения законодательства о рекламе,

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, - <...>;

в отсутствие заявителя – гражданки <...>, уведомленной о времени и месте рассмотрения дела (почтовое отправление № 42600992151078 от 25.11.2015 года),

УСТАНОВИЛА:

25.09.2015 г. в Управление Федеральной антимонопольной службы по Удмуртской Республике (далее - Удмуртское УФАС России) поступило заявление <...> (вх. № 7757) о распространении 21.09.2015 года на грузовом автомобиле с государственным номером <...> рекламы алкоголя.

К заявлению приложена фотография грузового автомобиля «JMC» с государственным номером <...>, на борту которого размещено изображение бутылки, на этикетке которой присутствует название «КАЗЁНКА водка» и отдельно надпись «КАЗЁНКА водка».

В целях рассмотрения данного заявления по существу в адрес Управления ГИБДД МВД по УР был направлен запрос о представлении сведений о владельце вышеуказанного транспортного средства.

Согласно информации, представленной 16.10.2015 года Управлением ГИБДД МВД по УР, автомобиль «JMC» с государственным номером <...> принадлежит гражданину <...>.

27.10.2015 года направлен запрос в адрес <...> с целью получения сведений о рекламодателе, рекламопроизводителе, рекламораспространителе рассматриваемой рекламы.

09.11.2015 года <...> представил письменное пояснение о том, что пленка, содержащая изображение бутылки, на этикетке которой присутствует название «КАЗЁНКА водка», наклеена на борт транспортного средства «JMC» с государственным номером <...> в целях герметизации кузова от влаги.

По факту распространения рекламы алкоголя на борту автомобиля «JMC» с государственным номером <...> Удмуртским УФАС России определением от 12.11.2015 г. возбуждено дело № ТГ 04-03/2015-204Р по признакам нарушения части 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» в отношении гражданина <...>, с привлечением к участию в деле в качестве заявителя гражданки <...>, обратившейся в Удмуртское УФАС России с заявлением.

На заседании Комиссии 03.12.2015 г. <...> поддержал доводы, изложенные в письменном пояснении от 09.11.2015 года.

Выслушав пояснение лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, изучив материалы дела № ТГ 04-03/2015-204Р, Комиссия Удмуртского УФАС России приходит к следующим выводам.

21.09.2015 года во дворе дома № 30 по ул. Героя России Ильфата Закирова в г. Ижевске на борту автомобиля «JMC» с государственным номером <...> распространялась реклама следующего содержания «КАЗЁНКА водка» с изображением бутылки, на этикетке которой присутствовало название «КАЗЁНКА водка».

Согласно пункту 1) статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» реклама представляет собой информацию, распространяемую любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованную неопределенному кругу лиц, направленную на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему, а также его продвижению на рынке.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Рассматриваемое сообщение адресовано неопределённому кругу лиц, направлено на привлечение внимания к объекту рекламирования (алкогольной продукции – водке «КАЗЁНКА»), формирование и поддержание интереса к нему, следовательно, является рекламой алкогольной продукции.

Правовые основы производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и ограничения потребления (распития) алкогольной продукции в Российской Федерации установлены Федеральным законом от 22.11.1995 №171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и ограничения потребления (распития) алкогольной продукции в Российской Федерации» (далее – Закон о регулировании производства и оборота алкогольной продукции).

Согласно пункту 10) части 1 статьи 2 Закона о регулировании производства и оборота алкогольной продукции, водка - это спиртной напиток, который произведен на основе этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и воды, с содержанием этилового спирта от 38 до 56 процентов объема готовой продукции.

Размещение информации алкогольной продукции «КАЗЁНКА водка» в виде надписи - названия и изображения продукции направленно на привлечение внимания к спиртному напитку, который произведен на основе этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и воды, с содержанием этилового спирта от 38 до 56 процентов объема готовой продукции, продвижению этого товара с определенными родовыми признаками – названием «КАЗЁНКА», соответственно, преследует рекламные цели.

Частью 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» предусмотрено, что реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов.

Таким образом, реклама водки «КАЗЁНКА» на борту фургона автомобиля «JMC» с государственным номером <...> размещена в нарушение части 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

На основании части 7 статьи 38 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частями 2-5 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Согласно пунктам 3, 7 части 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»:

товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продаж, обмена или иного введения в оборот;

реklamораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Поскольку автомобиль «JMC» с государственным номером <...>, на основании сведений, представленных Управлением ГИБДД МВД по УР, принадлежит <...>, указанное лицо является рекламодателем рекламы алкогольной продукции - водки «КАЗЁНКА».

Таким образом, Комиссия Удмуртского УФАС России приходит к выводу о нарушении <...>, как лицом осуществившим распространение рекламы водки «КАЗЁНКА», посредством автомобиля «JMC» с государственным номером <...> требований части 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Комиссия Удмуртского России рассмотрела довод <...> о том, что пленка, содержащая изображение бутылки, на этикетке которой присутствует название «КАЗЁНКА водка», наклеена на борт транспортного средства «JMC» с

государственным номером <...> в целях герметизации кузова от влаги, и считает его не подлежащим удовлетворению в виду наличия у <...> возможности осуществить герметизацию кузова данного транспортного средства иным способом, а не при помощи пленки, содержащей информацию о водке «КАЗЁНКА».

Поскольку в Удмуртское УФАС России не были представлены доказательства прекращения нарушения законодательства о рекламе при распространении рекламы водки «КАЗЁНКА», Комиссия Удмуртского УФАС России считает необходимым выдать <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», и в соответствии с пунктами 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, пунктами 3.58, 3.59 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу следующего содержания: «КАЗЁНКА водка» с изображением бутылки, на этикетке которой присутствовало название «КАЗЁНКА водка», размещенную на борту автомобиля «JMC» с государственным номером <...>, ненадлежащей, нарушающей требования части 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Признать <...> рекламораспространителем, нарушившим требования части 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

3. Выдать <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

4. Передать материалы дела № ТГ 04-03/2015-204Р уполномоченному должностному лицу Удмуртского УФАС России для решения вопроса о возбуждении в отношении <...> производства по делу об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение и предписание могут быть обжалованы в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьёй 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>