

РЕШЕНИЕ

по делу № 4/04-16р

г. Киров

Резолютивная часть решения оглашена 04 мая 2016 года

В полном объеме решение изготовлено 05 мая 2016 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия Кировского УФАС России) в составе: Председателя Комиссии – <...> – руководителя управления, Членов Комиссии – <...> – начальника отдела финансовых рынков и рекламы, <...> – главного специалиста - эксперта отдела финансовых рынков и рекламы,

в отсутствие ответчика: ООО «Дом»,

при ведении протокола <...> – начальником отдела финансовых рынков и рекламы,

рассмотрев дело № 4/04-16р по признакам нарушения ООО «Дом» (610<...>, г. Киров, ул. <...>) пункта 5 части 2 статьи 21, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Федеральный закон «О рекламе») по факту размещения рекламы следующего содержания «Народный буфет. Свежее разливное. Пиво 52 руб. Шашлык, пицца, горячие чебуреки, пельмени, чай, кофе. Круглосуточно» с изображением кружек, содержащих светлый пенный напиток,

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства РФ о рекламе в соответствии со статьей 33 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» Кировским УФАС России было установлено, что реклама следующего содержания «Народный буфет. Свежее разливное. Пиво 52 руб. Шашлык, пицца, горячие чебуреки, пельмени, чай, кофе. Круглосуточно» с изображением кружек, содержащих светлый пенный напиток, размещенная на рекламном щите напротив входа в бар «Народный буфет», расположенного по адресу: г. Киров, ул. Труда, 30, содержит признаки нарушения п. 5 ч. 2 ст. 21, ч.3 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

Определением от 13.01.2016 Кировским УФАС России возбуждено дело №4/04-16р по признакам нарушения ООО «Дом» пункта 5 части 2 статьи 21, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»), выразившегося в определении содержания и распространении рекламы 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, в которой отсутствует предупреждение о вреде чрезмерного употребления алкогольной продукции, что является нарушением рекламного законодательства.

Рассмотрение дела назначено на 03.02.2016.

Определением от 03.02.2016 срок рассмотрения дела продлен до 13.04.2016 и рассмотрение дела №4/04-16р отложено в связи с необходимостью запроса у лица, участвующего в деле, документов и сведений.

Определением от 02.03.2016 рассмотрение дела №4/04-16р отложено в связи с необходимостью запроса у лица, участвующего в деле, документов и сведений.

Определением от 06.04.2016 рассмотрение дела №4/04-16р отложено в связи с необходимостью надлежащего уведомления лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства, о дате, времени и месте рассмотрения дела, а также запроса у лица, участвующего в деле, документов и сведений.

Ответчик – ООО «Дом» на рассмотрение дела не явилось, запрошенные документы не представило. В материалах дела имеются документы, подтверждающие надлежащее уведомление ответчика о дате, времени и месте рассмотрения дела по юридическому адресу. Заседание комиссии откладывалось три раза в связи с отсутствием указанного лица, в связи с чем, комиссией Кировского УФАС России принято решение о рассмотрении дела №4/04-16р в отсутствие ООО «Дом».

Изучив материалы дела, комиссия Кировского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно ст. 3 Федерального закон «О рекламе», рекламой является информация, распространяемая 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 понимается товар, средство его 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. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация следующего содержания «Народный буфет. Свежее разливное. Пиво 52 руб. Шашлык, пицца, горячие чебуреки, пельмени, чай, кофе. Круглосуточно» с изображением кружек, содержащих светлый пенный напиток, распространяемая посредством рекламного щита, расположенного напротив входа в бар «Народный буфет» по адресу: г. Киров, ул. <...>, адресована неопределенному кругу лиц, так как размещена на улице у входа в бар, расположенный вблизи автомобильной дороги, магазина, тротуара, то есть доступна для всех без исключения категорий населения, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – реализуемой ООО «Дом» продукции, в том числе алкогольной (пиво) и ее продвижение на рынке услуг, то есть соответствует требованиям статьи 3

Федерального закона «О рекламе» и является рекламой.

Согласно п.7 ст.2 Федерального закона от 22.11.1995 г. № 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.

В соответствии с п. [13.1](#) ст.2 Федерального закона от 22.11.1995 г. № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» пиво - алкогольная продукция с содержанием этилового спирта, образовавшегося в процессе брожения пивного сусла, которая произведена из пивоваренного солода, хмеля и (или) полученных в результате переработки хмеля продуктов (хмелепродуктов), воды с использованием пивных дрожжей, без добавления этилового спирта, ароматических и вкусовых добавок. Допускается частичная замена пивоваренного солода зерном, и (или) продуктами его переработки (зернопродуктами), и (или) сахаросодержащими продуктами при условии, что их совокупная масса не превышает 20 процентов массы заменяемого пивоваренного солода, а масса сахаросодержащих продуктов не превышает 2 процентов массы заменяемого пивоваренного солода.

Исходя из положений вышеуказанных норм права пиво с содержанием этилового спирта более 0,5% объема готовой продукции относится к алкогольной продукции.

Согласно имеющимся в материалах дела товарным чекам от 06.04.2016, фотографиям помещения бара «Народный буфет», в котором размещены как холодильник с пивом, так и настольное меню с перечнем разливного пива, ООО «Дом» реализует в баре «Народный буфет», расположенном по адресу: г. Киров, ул. <...>, пиво разливное «Вятич», «Дон», «Чешское барное», «Окское», бутылочное «Баварское» и т.д.

Поскольку в рекламе указан вид алкогольной продукции – пиво, имеется изображение кружек с пенным напитком и, кроме того, Общество заинтересовано в привлечении внимания потребителя к данной продукции, является ее продавцом и имеет в наличии для реализации указанный товар, следует признать, что объектом рекламирования в спорной рекламе является алкогольная продукция (пиво).

Согласно ч. 1 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

Ненадлежащей признается реклама не соответствующая требованиям законодательства РФ (ст. 3 Федерального закона «О рекламе»).

В соответствии с частью 3 статьи 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).

Указанная статья не содержит исключений из требований к содержанию рекламы алкогольной продукции для алкогольной продукции отдельных категорий и распространяется на рекламу любой алкогольной продукции, в том числе на рекламу пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда, алкогольную продукцию с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции.

Данное требование применяется к любым способам распространения рекламы любой алкогольной продукции.

В рекламе алкогольной продукции (пива) следующего содержания: «Народный буфет. Свежее разливное. Пиво 52 руб. Шашлык, пицца, горячие чебуреки, пельмени, чай, кофе. Круглосуточно» с изображением кружечек, содержащих светлый пенный напиток, размещенной посредством рекламного щита у входа в бар «Народный буфет», расположенного по адресу: г. Киров, ул. <...>, отсутствует предупреждение о вреде чрезмерного ее употребления, что является нарушением рекламного законодательства.

Согласно пункту 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-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.

Указанная [норма](#) предусматривает запрет на размещение рекламы 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.

По смыслу [части 1 статьи 19](#) Федерального закона «О рекламе» к числу технических средств стабильного территориального размещения относятся щиты, стенды, строительные сетки, перетяжки, электронные табло, воздушные шары, аэростаты и иные объекты, монтируемые и располагаемые на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта.

При этом определяющим признаком для отнесения той или иной конструкции-рекламоносителя к числу технических средств стабильного территориального размещения, по смыслу указанной части [статьи 19](#) Федерального закона "О рекламе", является невозможность перемещения и изменения положения в пространстве присоединенной к конструкции рекламы.

Рекламный щит «Народный буфет. Свежее разливное. Пиво 52 руб. Шашлык, пицца,

горячие чебуреки, пельмени, чай, кофе. Круглосуточно» с изображением кружечек, содержащих светлый пенный напиток, располагается стационарно, то есть прочно связан с землей и не предназначен для перемещения и, соответственно, размещение на нем рекламы алкогольной продукции в силу [пункта 5 части 2 статьи 21](#) Федерального закона "О рекламе" не допускается.

С учетом названных обстоятельств и положений [пункта 5 части 2 статьи 21](#), части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» следует признать, что рассматриваемая реклама не отвечает требованиям данного закона.

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель, за нарушение ч.3 ст.21 Федерального закона «О рекламе» - рекламодатель и рекламодатель.

В ходе рассмотрения дела было установлено, что спорная реклама, следующего содержания: «Народный буфет. Свежее разливное. Пиво 52 руб. Шашлык, пицца, горячие чебуреки, пельмени, чай, кофе. Круглосуточно» с изображением кружечек, содержащих светлый пенный напиток, распространяемая посредством рекламного щита у входа в бар «Народный буфет», расположенного по адресу: г. Киров, ул. <...>, размещена по инициативе ООО «Дом». Данный факт подтверждается договором аренды нежилого помещения от 31.12.2014 №2/15/1, пояснениями ВРО ВТОО «Союз художников России» от 26.11.2015 №80, выпиской из ЕГРЮЛ, свидетельствующие об осуществлении Обществом деятельности по адресу размещения рекламы: г. Киров, ул. <...>, актами фиксации рекламы от 21.08.2015, 06.04.2016, подтверждающим фактическое осуществление деятельности ООО «Дом» по указанному адресу.

Исследовав указанные документы, комиссия Кировского УФАС России приходит к выводу, что рекламодателем и рекламодателем спорной рекламы является ООО «Дом», как фактический пользователь рекламного щита. В данном случае Общество обладало возможностью для размещения рекламного модуля у входа в бар «Народный буфет» и, кроме того, осуществляя деятельность по реализации алкогольной продукции по адресу: г. Киров, ул. <...>, было заинтересовано в привлечении внимания потребителей к реализуемому в магазине пиву, а также заинтересовано в продвижении объекта рекламирования.

В связи с изложенным Комиссия Кировского УФАС России считает, что размещение спорной рекламы было осуществлено в интересах ООО «Дом», поэтому, исходя из понятия рекламодателя и рекламодателя по смыслу Федерального закона «О рекламе», делает вывод о том, что надлежащим рекламодателем и рекламодателем является ООО «Дом», которое несет ответственность за нарушение требований, установленных п.5 ч.2 ст.21. ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламодателем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч

до пятисот тысяч рублей.

Поскольку в материалах дела имеются документы, подтверждающие прекращение нарушения рекламного законодательства РФ, комиссия Кировского УФАС России решила предписание об устранении нарушения ООО «Дом» не выдавать.

Руководствуясь ст. 3, ст. 21, ст. 33, ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу: «Народный буфет. Свежее разливное. Пиво 52 руб. Шашлык, пицца, горячие чебуреки, пельмени, чай, кофе. Круглосуточно» с изображением кружек, содержащих светлый пенный напиток, распространяемую посредством рекламного щита у входа в бар «Народный буфет», расположенного по адресу: г. Киров, ул. <...>, поскольку в ней нарушены требования пункта 5 части 2 статьи 21, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

2. Признать в действиях ООО «Дом» (ИНН <...>, ОГРН <...>), выразившихся в определении содержания рекламы алкогольной продукции, указанной в пункте 1 настоящего решения, и ее распространении с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламного щита), в которой отсутствует предупреждение о вреде чрезмерного употребления алкогольной продукции, факт нарушения пункта 5 части 2 статьи 21, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

3. Предписание об устранении нарушения Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» ООО «Дом» не выдавать.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд - в порядке, предусмотренном ст. 198 АПК РФ.