ИП <...>

<...>

<...>

г. Барнаул, 656053

<...>

г. Барнаул, 656062

<...>

Заявителю

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 022/05/21-674/2019

Решение в полном объеме изготовлено 20 ноября 2019г. г. Барнаул

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

Председатель:

<...> – заместитель руководителя управления,

Члены Комиссии:

<...> – начальник отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

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

рассмотрев дело №022/05/21-674/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в городе Барнауле Алтайского края рекламы алкогольной продукции, в которой усматриваются признаки нарушения п.1 ч.1, п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»,

в отсутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рекламодателя и рекламораспространителя – ИП <...>,

в отсутствии заявителя,

УСТАНОВИЛА:

В Алтайское краевое УФАС России поступило заявление гражданина РФ (вхд. №1911247 от 21.08.2019г.) о размещении и распространении по адресу: г. Барнаул, <...>, рекламы алкогольной продукции следующего содержания: «Жизнь слишком коротка чтобы отказывать себе в пиве», «Бар «<...>» только сегодня: пиво «Гаражное» -10%».

03.09.2019г. Алтайским краевым УФАС России возбуждено производство по делу №022/05/21-674/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в отношении ИП <...> (ИНН <...>).

В соответствии с п.30 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рассмотрение дела в отсутствие сторон возможно лишь в случаях, если имеются данные об их своевременном извещении о месте и времени рассмотрения дела и если от них не поступило мотивированное ходатайство об отложении рассмотрения дела или указанное ходатайство не удовлетворено антимонопольным органом.

ИП <...> на рассмотрение дела 08.10.2019г., 31.10.2019г., и 19.11.2019г. не явилась.

Определение о возбуждении, определения об отложении рассмотрения дела №022/05/21-674/2019 по признакам нарушения законодательства о рекламе, отправлены ИП <...> на электронную почту, а также заказным письмом с уведомлением на фактический (адрес регистрации) и юридический адреса. По данным адресам ИП <...> почтовую корреспонденцию не получает.

Однако, согласно статье 165.1 Гражданского кодекса Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ заявления, уведомления, извещения, требования или иные юридически значимые сообщения, с которыми закон или сделка связывает гражданско-правовые последствия для другого лица, влекут для этого лица такие последствия с момента доставки соответствующего сообщения ему или его представителю. Сообщение считается доставленным и в тех случаях, если оно поступило лицу, которому оно направлено (адресату), но по обстоятельствам, зависящим от него, не было ему вручено или адресат не ознакомился с ним.

Таким образом, с учетом того, что гражданин, осуществляющий предпринимательскую деятельность в качестве индивидуального предпринимателя, должен получать корреспонденцию по адресу регистрации и с учетом того, что антимонопольным органом предприняты все возможные в рамках полномочий попытки уведомить ИП <...> о месте, времени и дате рассмотрения дела, ИП <...> считается уведомленной.

На основании изложенного, Комиссией принято решение о рассмотрении дела в отсутствие ИП <...>.

19.11.2019г. Комиссия, рассмотрев материалы дела, дав им надлежащую оценку, пришла к следующим выводам.

В соответствии со ст.3 Федерального закона «О рекламе», под рекламой понимается 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 и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно п.2 ст.3 Федерального закона «О рекламе» 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 выше информация полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», закрепленному в ст.3 Федерального закона от «О рекламе», направлена на привлечения внимания неопределенного круга лиц к бару «<...>» и к реализуемой в баре алкогольной продукции.

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.

Антимонопольным органом установлено следующее.

Согласно материалам дела в г. Барнауле по адресу: <...>, распространяется реклама алкогольной продукции следующего содержания: «Жизнь слишком коротка чтобы отказывать себе в пиве», «Бар «<...>» только сегодня: пиво «Гаражное» -10%».

Из рассматриваемой рекламной информации следует, что бар «<...>» предлагает пиво «Гаражное».

Согласно Письму ФАС России №АК/76734/18 от 24.09.2018г. «О применении статьи 21 Федерального закона «О рекламе» в рекламе, содержащей сведения, формирующие интерес к пиву, как напитку, без указания на индивидуализирующие признаки товара, в частности, без конкретных наименований пива, объектом рекламирования алкогольная продукция не выступает.

Однако указание сведений, формирующих интерес к пиву, как напитку, в рекламе, объектом рекламирования которой выступает продавец товаров, позволяет сделать однозначный вывод о том, что объектом рекламирования выступает деятельность такого лица по продаже алкогольной продукции, представляющей собой пиво и напитки, изготовляемые на основе пива.

Таким образом, обозначенная рекламная информация полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», является публичной, направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к рекламируемой алкогольной продукции (пиво «Гаражное»), реализуемой в баре «<...>», 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, кто не является 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.

В соответствии с 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 или вне их.

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

На основании изложенного, в рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

Кроме того, в рассматриваемой рекламе указывается информация: «Жизнь слишком коротка чтобы отказывать себе в пиве».

Данная рекламная информация влияет или может влиять на мотивацию потребителя при выборе товара и побуждает его совершить определенные действия в отношении объекта рекламирования, создавая впечатление, что употребление алкогольной продукции способствует улучшению эмоционального состояния, которое может рассматриваться как получение приятных ощущений при употреблении разливного пенного напитка.

Согласно п.1 ч.1 ст.21 Федерального закона «О рекламе», реклама алкогольной продукции не должна содержать утверждение о том, что употребление алкогольной продукции имеет важное значение для достижения общественного признания, профессионального, спортивного или личного успеха либо способствует улучшению физического или эмоционального состояния.

Таким образом, рассматриваемая реклама нарушает п.1 ч.1 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

На основании изложенного, в рассматриваемой рекламе алкогольной продукции усматриваются признаки нарушения п.1 ч.1, п.2 ч.5 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

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

Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

Согласно информации, представленной администрацией Железнодорожного района г. Барнаула (вхд.№1911798 от 03.09.2019г.), предпринимательскую деятельность по адресу: г. Барнаул, <...>, в баре «<...>» осуществляет ИП <...> (ИНН <...>, ОГРНИП <...>).

Таким образом, рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ИП <...> (ИНН <...>, ОГРНИП <...>).

На определения о возбуждении, об отложении рассмотрении дела №022/05/21-674/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ИП <...> запрашиваемые документы и материалы в антимонопольный орган не представила.

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

На основании изложенного, Комиссией установлен факт нарушения ИП <...> п.1 ч.1, п.2 ч.5 ст.21 Федерального закона «О рекламе», что выражается в размещении ненадлежащей наружной рекламы алкогольной продукции (пива).

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.

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, 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1.Признать наружную рекламу алкогольной продукции (пива), размещенную и распространенную по адресу: г. Барнаул, <...> (бар «<...>»), ненадлежащей, так как при ее размещении и распространении нарушены требования п.1 ч.1, п.2 ч.5 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

2.Признать ИП <...> нарушившей требования п.1 ч.1, п.2 ч.5 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

3. Выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения п.1 ч.1, п.2 ч.5 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу УФАС по Алтайскому краю для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии: <...>

Члены Комиссии: <...>

<...>