

ИП Д<...>

Заявителю

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 022/05/21-849/2019

Решение в полном объеме изготовлено 13 ноября 2019 г. г.Барнаул

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

Председатель:

К<...> – заместитель руководителя управления

Члены Комиссии:

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

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

рассмотрев дело №022/05/21-849/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту размещения и распространения по адресу: г.Барнаул, пр. Антона Петрова, д.246 (бар «Beer Smoke»), на интернет-странице: <...>, рекламной информации алкогольной, табачной продукции, 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 - ИП Д<...>,

в отсутствие заявителя (уведомлен надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

03 октября 2019 года в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю поступило обращение гражданина РФ (вхд. № 1913180) о распространении по адресу: г.Барнаул, пр. Антона Петрова, д.246 (бар «Beer Smoke»), рекламной конструкции с наружной рекламой следующего содержания: «Beer Smoke напитки на розлив товары для кальяна Мы открылись», а также распространения на интернет-странице:<...> рекламной информации алкогольной, табачной продукции, в которой усматриваются признаки нарушения требований Федерального закона «О рекламе».

10 октября 2019г. антимонопольным органом в ходе рассмотрения заявления установлено, что на интернет-странице: <...> размещается и распространяется видеоролик, а также публикации с рекламой:

- алкогольной продукции (пива) производителей «Jaws», «Art Beer», «В<...> О<...>»,

«Konix»;

- акцизной табачной продукции фирмы «DUFT», представляющей собой табачные смеси для кальянов, а также иных курительных принадлежностей (комплектующих) к ним, в частности качественного угля;

- курительных принадлежностей для вейпа, в частности жидкости производителей: «MAXWELL'S: SHORIA», «PINK», «ALTAY», «RICH», «БАЙКАЛ», «ТУНДРА».

Рассматриваемая рекламная информация сопровождается фотографиями бутылок алкогольной продукции (пива), оборудования для розлива пива, табачной продукции, продукции для вейпа (жидкостей), а также двух женских образов, держащих в руках бутылку алкогольной продукции (пива) и стакан, наполненный пенным напитком красного цвета.

Кроме того, на интернет-странице: <...> размещается рекламная информация: «ТОЛЬКО У НАС крафтовые напитки по самым низким ценам в городе... Специально для ценителей кальяна мы разместили на своих полках уникальные и самые вкусные табачные смеси марки DUFT, а вместе с ним и качественный уголь» (запись от 12.09.2019г.); «BeerSmoke может предложить вам не только крафтовые напитки лучших производителей, но и акцизную табачную продукцию фирмы» (запись от 13.09.2019г.).

По результатам рассмотрения материалов заявления 14 октября 2019г. Алтайским краевым УФАС России возбуждено производство по делу №022/05/21-849/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в отношении ИП Д<...> Рассмотрение дела назначено на 14.10.2019г.

14.10.2019г. на заседании Комиссии ИП Д<...> нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе признал, пояснив, что нарушение устранено. Наружная рекламная конструкция демонтирована. Рассматриваемые записи на интернет-странице:<...> удалены. Профиль страницы закрыт для подписчиков категории «18+».

В качестве доказательства в материалы дела представил фотографии, а также копию ассортимента товаров, реализуемых в баре «BeerSmoke».

12.11.2019г. Комиссия, рассмотрев материалы дела и заслушав пояснения ИП Д<...>., 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.

Обозначенная рекламная информация полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», является публичной, направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к рекламируемой алкогольной продукции (пиво производства: «Jaws», «Art Beer», «В<...> О<...>», «Konix»), акцизной табачной продукции фирмы «DUFT», а также иных курительных принадлежностей для кальянов, курительных принадлежностей для вейпа (жидкости производства: «MAXWELL'S: SHORIA», «PINK», «ALTAY», «RICH»,

«БАЙКАЛ», «ТУНДРА»), производителям, продавцу (бар «BeerSmoke»), указанной продукции, а также демонстрации процесса потребления алкогольной продукции, способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их на рынке.

Материалами дела установлено, что по адресу: г.Барнаул, пр. Антона Петрова, д.246 (бар «BeerSmoke»), размещается и распространяется рекламная конструкция с наружной рекламой «Beer Smoke напитки на розлив товары для кальяна Мы открылись».

Согласно информации, размещенной на сайте: <...> , бар «Beer Smoke» является продавцом алкогольной (пиво), табачной продукции, а также иных комплектующих для курения кальянов и вейпов.

Согласно представленному ИП Д<...> ассортименту товаров, в баре «BeerSmoke» реализуются алкогольные напитки (пиво) марок: «Blanche MA Cherie», «OVERFALL», «Bohemian Pilsener», «В<...>», «Бельгиец» и.т.д.; акцизный табак DUFT «Cherry Juice», «Tarhun», «Grape Fizz»; премиальный кокосовый уголь «Вулкан», жидкости для вейпов производства: «MAXWELL'S» и.т.д.

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

Согласно пункту 5 части 2 статьи 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 п.8 ст. 7 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок.

В соответствии с частью 4 статьи 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.

Исходя из положений статьи 19 Федерального закона «О рекламе» следует, что законодательство о рекламе не содержит исчерпывающего перечня видов рекламных конструкций, в связи с чем, рекламной конструкцией является любое техническое средство стабильного размещения.

Действие рассматриваемой рекламы направлено на неограниченное количество лиц, в том числе на тех, кто не является потребителями такой продукции (например, несовершеннолетние), поскольку размещение рекламы табачной продукции, алкогольной продукции, посредством рекламной конструкции, то есть способом, обеспечивающим ее свободное восприятие, делает такую рекламу доступной для

ЭТИХ ЛИЦ.

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, изготавливаемые на основе пива.

Учитывая изложенное, в рассматриваемой рекламе объектами рекламирования являются как товары для кальянов, напитки, реализуемые в баре (алкогольной продукция (пиво), так и непосредственно продавец таких товаров - бар «BeerSmoke».

На основании изложенного, рассматриваемая наружная реклама противоречит требованиям п.5 ч.2 ст.21 и п.8 ст.7 Федерального закона «О рекламе».

Согласно п.8 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Материалами дела установлено, что на интернет-странице:<...> размещается и распространяется видеоролик, а также публикации с рекламой: алкогольной продукции (пива) производителей «Jaws», «Art Beer», «В<...> О<...>», «Konix», что указывает на нарушение п.8 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

Кроме того, согласно п.6 ч.1 ст.21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

В соответствии с п.3 ч.5 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» в рекламе не допускается демонстрация процессов курения и потребления алкогольной продукции.

При этом, к признакам демонстрации процесса потребления алкогольной продукции, в первую очередь, относится показ в рекламе человека, пьющего алкогольную продукцию, держащего в руках бокал, стакан, кружку и.т.п. с алкогольной продукцией, открытую бутылку, бочку, пакет, банку для алкогольной продукции.

Антимонопольным органом установлено, что на интернет-странице: <...>, размещается рекламная информация алкогольной продукции (пива) с использованием двух женских образов, держащих в руках бутылку алкогольной продукции (пива) и стакан, наполненный пенным напитком красного цвета, что указывает на демонстрацию процесса потребления алкогольной продукции (пива) и противоречит требованиям п.6 ч.1 ст.21, п.3 ч.5 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Кроме того, материалами дела установлено, что на интернет-странице: <...>, размещается и распространяется видеоролик, а также публикации с рекламой: акцизной табачной продукции фирмы «DUFT», а также иных курительных принадлежностей для кальянов; курительных принадлежностей для вейпа, в частности жидкости производителей: «MAXWELL'S: SHORIA», «PINK», «ALTAY», «RICH», «БАЙКАЛ», «ТУНДРА», что указывает на нарушение требований п.8 ст. 7 Федерального закона «О рекламе».

Рассматриваемая реклама сопровождается словосочетаниями: «ТОЛЬКО У НАС крафтовые напитки по самым низким ценам в городе... Специально для ценителей кальяна мы разместили на своих полках уникальные и самые вкусные табачные смеси марки DUFT, а вместе с ним и качественный уголь»; «BeerSmoke может предложить...не только крафтовые напитки лучших производителей...».

Согласно п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно п.29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В связи с этим, использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

Из информации, размещенной в городском справочнике «Дубль-ГИС» (г.Барнаул), следует, что на рынке г.Барнаула аналогичные виды деятельности по продаже крафтовых напитков, а также табачных смесей для кальянов, оказывают и иные хозяйствующие субъекты.

Документы, подтверждающие достоверность размещенной и распространяемой рекламной информации, ИП Д<...> в антимонопольный орган не представлены.

Таким образом, употребление в рассматриваемой рекламной информации словосочетаний: «крафтовые напитки по самым низким ценам в городе», «уникальные и самые вкусные табачные смеси», «крафтовые напитки лучших производителей», указывает на то, что в баре «BeerSmoke» крафтовые напитки продаются от лучших производителей и по самым низким ценам, а также

уникальный и самый вкусный табак. При этом, критерии, по которым производители реализуемых крафтовых напитков являются лучшими, цены самими низкими, а табак уникальный и самый вкусный, продавцом не указаны, что указывает на нарушение требований п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Учитывая изложенное, рассматриваемая наружная реклама продавца алкогольной продукции (пива), товаров для кальянов, а также реклама алкогольной, табачной продукции размещенная на интернет-странице: <...>, с использованием образов людей, демонстрирующих употребление алкогольной продукции, размещается и распространяется ИП Д<...> с нарушением требований п.8 ст. 7, п.5 ч. 2 ст.21, п.8 ч.2 ст.21, п.6 ч.1 ст.21, п.3 ч.5 ст. 5, п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

В силу ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований п.6 ч.1 ст.21, п.3 ч.5 ст. 5, п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель, ответственность за нарушение требований п.5 ч. 2 ст.21, п.8 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требований п.8 ст. 7 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель и рекламодателем и рекламодателем.

Антимонопольным органом установлено, что рекламодателем и рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП Д<...> (ОГРНИП 319222500074782).

На основании изложенного, Комиссией установлен факт нарушения ИП Д<...> п.8 ст. 7, п.5 ч. 2 ст.21, п.8 ч.2 ст.21, п.6 ч.1 ст.21, п.3 ч.5 ст. 5, п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», выразившегося в размещении и распространении ненадлежащей рекламы алкогольной и табачной продукции.

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.

Установлено, что ИП Д<...> в адрес антимонопольного органа представил доказательства, подтверждающие прекращение размещения и распространения ненадлежащей наружной рекламы по адресу: г.Барнаул, пр. Антона Петрова, д.246 (бар «Beer Smoke»).

Надлежащие доказательства, подтверждающие прекращение распространения ненадлежащей рекламы на интернет-странице:<...> в антимонопольный орган ИП <...> не представлены.

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 рассматриваемую рекламу алкогольной, табачной продукции, размещенную и распространенную по адресу: г.Барнаул, пр. Антона Петрова, д.246 (бар «Beer Smoke»), на интернет-странице: <...> , ненадлежащей, так как при ее размещении и распространении нарушены требования п.8 ст. 7 , п.5 ч. 2 ст.21, п.8 ч.2 ст.21, п.6 ч.1 ст.21, п.3 ч.5 ст. 5, п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

2.Выдать ИП Д<...> предписание об устранении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3.Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Алтайского краевого УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении в отношении ИП Д<...> 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: К<...>

Члены Комиссии: Б<...>

К<...>