

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

Председатель:

<...>,

Члены Комиссии:

<...>,<...>,

рассмотрев дело №41-ФАС22-Р/03-13 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения наружной рекламы алкогольной продукции (пиво),

с участием лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – рекламораспространителя ООО «Солд» в лице директора <...>,

УСТАНОВИЛА:

управлением Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю выявлен факт размещения и распространения по адресу: г.Барнаул, ул. Профинтерна, 36а, (пивной магазин «BEER line») на фасаде здания рекламы следующего содержания: «Пивной магазин BEER line Пиво на Розлив 25 Сортав Чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью».

Согласно 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.

Таким образом, рассматриваемая реклама распространяется с признаками нарушения п.5 ч.2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

На заседании Комиссии управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее Комиссия) директор ООО «Солд» <...> факт нарушения не признал, так как распространяемую информацию рекламой не считает.

Комиссия, исследовав материалы дела, заслушав доводы стороны пришла к следующим выводам.

Рассматриваемая антимонопольным органом информация полностью соответствует легальному определению понятия «реклама», закрепленному в статье 3 Федерального закона «О рекламе», является публичной, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания потребителей

рекламы к объекту рекламирования - алкогольная продукция (пиво), магазин «Beerline». Реклама способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их на рынке.

По указанному адресу деятельность осуществляет ООО «Солд» (ОГРН).

22.07.2011г. опубликован и вступил в силу, за исключением отдельных положений, Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон от 18.07.2011 №218-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» и отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившим силу Федерального закона «Об ограничении розничной продажи и потребления (распития) пива и напитков, изготавливаемых на его основе» (далее Закон №218-ФЗ).

Статьей 3 указанного закона в Федеральный закон «О рекламе» внесены изменения, касающиеся порядка распространения рекламы алкогольной продукции, а также пива и напитков, изготавливаемых на его основе, вступившие в силу с 23.07.2012г.

Согласно подпункту «г» п. 3 ст. 1 Закона №218-ФЗ, с 1 июля 2012г. под алкогольной продукцией понимается 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), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива.

В соответствии с п.4 ст.3 Закона №218-ФЗ с 23.07.2012г. статья 22 Федерального закона «О рекламе» утрачивает силу, требования к рекламе алкогольной продукции устанавливаются статьей 21 Федерального закона «О рекламе».

Согласно 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.

В соответствии с ч.4 ст. 2 Федерального закона «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 установлены специальные требования и ограничения.

Таким образом, распространяемая информация является наружной

рекламой алкогольной продукции (пиво), реализуемой в магазине «Beerline» (ООО «Солд») по адресу: г.Барнаул, ул. Профинтерна, 36а, содержащей нарушение п.5 ч.2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

Согласно п. 4 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации. Таким образом, рассматриваемая наружная реклама алкогольной продукции (пиво), является ненадлежащей.

В соответствии со статьей 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требования п.5 ч.2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с представленными документами, рекламодателем является ООО «Солд».

Согласно ч.4 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь п. 1 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

- 1.Признать наружную рекламу алкогольной продукции (пиво) по адресу: г.Барнаул, ул. Профинтерна, 36а, ненадлежащей, поскольку при ее распространении нарушен п. 5 ч.2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».
- 2.Признать ООО «Солд» нарушившим требования законодательства Российской Федерации о рекламе.
- 3.Выдать ООО «Солд» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
- 4.Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу УФАС по Алтайскому краю для возбуждения в отношении директора ООО «Солд» <...> дела об административном правонарушении, предусмотренном ч.1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Председатель Комиссии:

<...>,

Члены Комиссии:

<...>,<...>.