

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №23-ФАС22-Р/03-16

Резолютивная часть решения объявлена 12 апреля 2016 года.

Решение изготовлено в полном объеме 12 апреля 2016 года.

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

<...>

рассмотрев дело №23-ФАС22-Р/03-16 по факту распространения ИП Уженцевым по адресу: г.Рубцовск, ул.Октябрьская,016, наружной рекламой алкогольной продукции (пиво); в отсутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – ИП Уженцева,

УСТАНОВИЛА:

в соответствии с п.30 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006г. №508, не является препятствием для рассмотрения дела в отсутствие ИП Уженцева, так как лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе своевременно и надлежащим образом извещен о времени и месте рассмотрения дела (в деле имеется уведомление о вручении почтового отправления).

От ИП Уженцева поступило ходатайство о рассмотрении дела без его участия (вхд. №163959 от 11.04.2016).

На основании изложенного Комиссией принято решение о рассмотрении дела в отсутствие ИП Уженцева.

В феврале 2016г. Алтайским краевым УФАС России выявлен факт распространения по адресу: г.Рубцовск, ул.Октябрьская, д.016, при входе в магазин «Мясное раздолье», слева, рекламной конструкции с наружной рекламой алкогольной продукции (пиво) с изображением трех видов (марок) пива – «Балтика», «Славгородское», «Бочкари», расположенных на фоне пивной кружки, наполненной пенным напитком.

В данной рекламе усматриваются признаки нарушения п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

В соответствии с п.5 ч.2 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006г. № 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.

ИП Уженцев на определение о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе представил письменное возражение (вхд. №163959 от 11.04.2016г.). Полагает, что в его действиях

отсутствуют признаки нарушения п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе», так как на рекламной конструкции размещена реклама безалкогольных напитков «...газированные, воды и напитки торговых марок, которые изображены на рекламе, а именно Пивоваренной компании «Балтика», Славгородского пивоваренного завода, Бочкаревского пивоваренного завода, которые наряду с алкогольной продукцией производят и безалкогольную продукцию. Слова «пиво» или «алкогольные напитки» нигде не указаны в данной рекламе...». Считает, что кружка, изображенная в наружной рекламе, может быть как пивная, так и любая другая, а изображенный напиток не является пивом, а является газированным напитком. Просит, признать рекламу надлежащей; прекратить производство по делу №23-ФАС22-Р/03-16 за отсутствием в действиях признаков нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Комиссия, заслушав доклад члена Комиссии, изучив материалы дела и исследовав доказательства по делу, дав им надлежащую оценку, пришла к следующим выводам.

Согласно ст.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.

Согласно подпункта 7 статьи 2 Федерального закона от 18.07.2011г. №218-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» 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, коньяк), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

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.

В соответствии с п.2 Постановления Пленума ВАС №58 от 08.10.2012г. «О некоторых вопросах практики применения Арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы судам необходимо учитывать, что размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее свое целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно

рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

Представленные ИП Уженцевым вышеуказанные доводы Комиссией отклоняются по следующим основаниям.

Исследовав и оценив представленные в дело доказательства и доводы стороны, Комиссия установила, что в содержании спорной наружной рекламы размещены охраняемые элементы товарных знаков "Балтика" (N203658), который, в свою очередь, зарегистрирован за классами МКТУ 32 (пиво) и 42 (реализация пива); «Бочкари» который, в свою очередь, зарегистрирован за классами МКТУ 32 (в том числе пиво). Правообладателями товарного знака «Балтика» является ОАО «Пивоваренная компания «Балтика», а «Бочкари» ООО «Бочкаревский пивоваренный завод».

Из информации, размещенной на официальном сайте Славгородского пивоваренного завода www.slavbeer.ru следует, что безалкогольные напитки, производимые заводом под торговой маркой «Славгородское», маркируются иным изображением, чем то изображение, которое указано в рекламе. Кроме того, на данном сайте в рубрике «Продукция», размещены страницы выпускаемой продукции, в том числе «Пиво» с изображением пивной кружки, схожей с изображением кружки размещенной в наружной рекламе ИП Уженцева и предупреждением «Чрезмерное употребление пива может нанести вред здоровью». Информация «Чрезмерное употребление пива может нанести вред здоровью», с изображением кружки наполненной напитком, предусмотрена для рекламы алкогольной продукции, в соответствии с ч.3 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

Информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара (пункт 16 информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 N 37 "Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе").

Таким образом, у потребителей информация с изображением трех видов торговых марок – «Балтика», «Славгородское», «Бочкари» ассоциируется с рекламой пива.

Рассматриваемая информация с изображением трех видов (марок) пива – «Балтика», «Славгородское», «Бочкари», расположенных на фоне пивной кружки, наполненной пенным напитком, распространенная на жилом доме с административными помещениями по адресу: г.Рубцовск, ул.Октябрьская, д.016 полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», закрепленному в статье 3 Федерального закона «О рекламе», направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к алкогольной продукции (пиво) марок - «Балтика», «Славгородское», «Бочкари», способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их на рынке.

Данные обстоятельства указывают на ненадлежащую рекламу, поскольку не соблюдены требования п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

Реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской

Федерации, признается, согласно пункту 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», ненадлежащей.

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

Согласно п.7 ст.3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Из представленных в адрес антимонопольного органа документов следует, что рекламодателем указанной рекламной информации является - ИП Уженцев, который пользуется помещением по адресу: г.Рубцовск, ул.Октябрьская,016 на основании договора аренды нежилого помещения б/н от 15.11.2015г.

Таким образом, Комиссией установлен факт нарушения ИП Уженцевым п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе», выразившегося в распространении по адресу: г.Рубцовск, ул.Октябрьская,016 ненадлежащей наружной рекламы алкогольной продукции (пиво), с изображением трех видов (марок) пива – «Балтика», «Славгородское», «Бочкари», расположенных на фоне пивной кружки, наполненной пенным напитком.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 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) распространенную по адресу: г.Рубцовск, ул.Октябрьская,016, с изображением трех видов (марок) пива – «Балтика», «Славгородское», «Бочкари», расположенных на фоне пивной кружки, наполненной пенным напитком, ненадлежащей, так как при ее распространении нарушены требования п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».
2. Признать рекламодателя ИП Уженцева нарушившим требования п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».
3. Выдать рекламодателю ИП Уженцеву предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

<...>

ПРЕДПИСАНИЕ № 31

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

12 апреля 2016г.

г.Барнаул

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

<...>

на основании своего решения от 07 апреля 2016г. по делу №23-ФАС22-Р/03-16 о признании ненадлежащей наружной рекламы алкогольной продукции (пиво), распространенной ИП Уженцевым, поскольку при ее распространении нарушены требования п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП Уженцеву <...> **в срок до 25 апреля 2016г.** прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: прекратить распространение по адресу: г.Рубцовск, ул.Октябрьская, д.016 рекламы алкогольной продукции (пиво) с изображением трех видов (марок) пива – «Балтика», «Славгородское», «Бочкари», расположенных на фоне пивной кружки, наполненной пенным напитком.

2. ИП Уженцеву представить в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **до 27 апреля 2016г.**

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе, управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю вправе, в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

<...>