

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №30-ФАС22-Р/03-16

Резолютивная часть решения объявлена 12 мая 2016 года.

Решение изготовлено в полном объеме 12 мая 2016 года.

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

<...>

рассмотрев дело №30-ФАС22-Р/03-16 по факту распространения по адресу: г.Барнаул, Павловский тракт, 70, наружной рекламы алкогольной продукции,

в присутствии:

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

УСТАНОВИЛА:

управлением Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю установлен факт размещения наружной рекламы по адресу г.Барнаул, Павловский тракт, 70, магазин «Капитан» следующего содержания: «ФПК г.Барнаул. Живые напитки на розлив! www.fpk-rivo.ru тел. (3852) 50-43-42 Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью», с изображением мельницы, деревянной бочки на фоне колосистого поля. На входной двери магазина «Капитан» размещена реклама следующего содержания: «Дворік Пиво светлое 58 р. Чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью». На балконе здания размещена реклама следующего содержания: «Торопись! Самое свежее вкусное и недорогое пиво в районе 58 руб./литр» с изображением двух кружек, наполненных пенным напитком, с нарушением п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

В заседании комиссии ИП Павинич сообщил, что рекламные конструкции убрал, с нарушением согласен.

Комиссия, рассмотрев материалы дела и заслушав пояснения ИП Павинич, дав им надлежащую оценку, пришла к следующим выводам.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006г № 38-ФЗ «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 или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Рассматриваемая рекламная информация полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», закрепленному в статье 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к пиву, к лицу, его реализующему-магазину «Капитан», способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их 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.

Согласно ч.3 ст.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).

Обозначенная рекламная информация содержит предупреждение, предусмотренное для рекламы алкогольной продукции в соответствии с ч. 3 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

Также на рекламной конструкции размещены логотип и название производителей алкогольной продукции: ООО «ФПК».

В совокупности с изображением мельницы, деревянной бочки на фоне колосистого поля и предупреждением о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции, данная реклама очевидно ассоциируется с рекламой алкогольной продукции (пива).

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

В соответствии с п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе», наружная реклама алкогольной продукции с использованием технических средств

стабильного размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их не допускается.

На входной двери магазина «Капитан», являющейся конструктивным элементом здания, размещена реклама пива марки: «Дворік Пиво светлое 58 р. Чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью».

Реклама пива «Торопись! Самое свежее вкусное и недорогое пиво в районе 58 руб./литр» с изображением двух кружек, наполненных пенным напитком, размещена на балконе здания магазина «Капитан», что является способом стабильного размещения рекламы.

Рассматриваемая реклама пива доступна для всеобщего обозрения, обращена к неопределенному кругу лиц.

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

Реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, признается, согласно п.4 ст.3 Федерального закона «О рекламе», ненадлежащей.

Деятельность по адресу: г.Барнаул, Павловский тракт, 70 (магазин «Капитан») осуществляет ИП Павинич <...>. Администрацией района разрешение на установку и эксплуатацию рекламных конструкций не выдавалось, размещение вывесок и информационных конструкций не согласовывалось.

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

Рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ИП Павинич <...>.

На основании изложенного, Комиссией установлен факт нарушения ИП Павинич п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе», выразившегося в размещении по адресу: г.Барнаул, Павловский тракт, 70, наружной рекламы алкогольной продукции (пива), распространение которой не допускается.

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), размещенную по адресу г.Барнаул, Павловский тракт, 70, ненадлежащей.
2. Признать рекламораспространителя - ИП Павинич нарушившим п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

3. Выдать ИП Павинич предписание об устранении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

<...>

ПРЕДПИСАНИЕ №48

о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

12 мая 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 12 мая 2016 г. по делу №30-ФАС22-Р/03-16 о признании ненадлежащей рекламы алкогольной продукции, размещенной по адресу: г.Барнаул, Павловский тракт, поскольку при ее размещении нарушено требование 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 «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП Павинич <...> в **десятидневный срок** со дня вынесения предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: прекратить размещение наружной рекламы алкогольной продукции по адресу: г.Барнаул, Павловский тракт, 70.

2. ИП Павинич <...> представить в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **до 26 мая 2016 года**.

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.

<...>