

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №152-ФАС22-Р/11-16

Решение изготовлено в полном объеме 22 декабря 2016 года

г.Барнаул

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

<...>

рассмотрев дело №152-ФАС22-Р/11-16 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения по адресу: г.Ярское, парк 60 лет Октября (шатер «AMSTEL Premium Pilsen»), наружной рекламы алкогольной продукции (пиво), в которой усматриваются признаки нарушения п.5 ч.2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе»,

в отсутствие лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – рекламодатель, ИП Шнейдер,

УСТАНОВИЛА:

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.

Определение о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе; определение о продлении срока и об отложении рассмотрения дела №152-ФАС22-Р/11-16 по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе были отправлены заказными письмами с уведомлением и телеграммой (13.12.2016г.) на адрес регистрации ИП Шнейдер. По указанному адресу ИП Шнейдер почтовую корреспонденцию, телеграмму не получает.

Согласно постановлению Пленума ВАС РФ от 30.07.2013г. №61 «О некоторых вопросах практики рассмотрения споров, связанных с достоверностью адреса юридического лица», юридическое лицо несет риск последствий неполучения юридически значимых сообщений, поступивших по его адресу, указанному в ЕГРЮЛ, а также риск отсутствия по этому адресу своего представителя, и такое юридическое лицо не вправе в отношениях с лицами, добросовестно полагавшимися на данные ЕГРЮЛ об адресе юридического лица, ссылаться на данные, не внесенные в указанный реестр, а также на достоверность данных, содержащихся в нем (в том числе на ненадлежащее извещение в ходе рассмотрения дела судом, в рамках производства по делу об административном правонарушении и т.п.).

Таким образом, с учетом того, что гражданин, осуществляющий предпринимательскую деятельность в качестве индивидуального предпринимателя, должен получать корреспонденцию по адресу регистрации и с учетом, что антимонопольным органом предприняты все возможные в рамках

полномочий попытки уведомления ИП Шнейдер о месте, времени и дате рассмотрения дела, ИП Шнейдер считается уведомленным.

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

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

13 июля 2016г. управлением Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю выявлен факт распространения возле парка, по адресу: г.Яровое, 60 лет Октября (шатер «AMSTEL Premium Pilsen») наружной рекламы алкогольной продукции (пиво) следующего содержания: «AMSTEL» ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ ВРЕДИТ ЗДОРОВЬЮ НАСЛАЖДАЯСЯ ЖИЗНЬЮ, ЗДЕСЬ НЕ ТОРОПЯТ ВРЕМЯ AMSTEL Premium Pilsen», с изображением товарного знака «AMSTEL» и стакана, наполненного напитком с пеной и надписью «AMSTEL Premium Pilsen», в которой усматриваются признаки нарушения п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 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. 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.

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.

Комиссией установлено, что согласно информации, размещенной в сети «Интернет» на сайте: <http://alko-planeta.ru/pivo/marki/amstel.html>, «AMSTEL Premium Pilsen» - это марка пива, содержащая 4,8% этилового спирта; страна происхождения – Нидерланды; производитель в Российской Федерации - компания Heineken N.V.

Согласно официальному сайту компании Heineken N.V.

(http://www.heinekenrussia.ru/brands/international_brands/amstel/#), ассортимент пива «AMSTEL» представлен тремя марками: «Premium Pilsener», «Non-Alcoholic» и «Weiss».

На основании изложенного, обозначенная рекламная информация полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», является публичной, направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к рекламируемой алкогольной продукции (пиво) марки «AMSTEL Premium Pilsener», к продавцу и производителю рекламируемого товара, способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их на рынке.

В соответствии п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе», наружная реклама алкогольной продукции 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 не допускается.

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.

Кроме того, 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».

Таким образом, в совокупности с названием шатра «AMSTEL Premium Pilsener», изображениями: товарного знака пива «AMSTEL», а также стакана, наполненного напитком с пеной и надписью «AMSTEL Premium Pilsener» и предупреждением о вреде чрезмерного употребления алкогольной продукции, данная реклама ассоциируется с рекламой алкогольной продукции (пиво) марки «AMSTEL Premium Pilsener».

Следовательно, реклама «AMSTEL» ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ ВРЕДИТ ЗДОРОВЬЮ НАСЛАЖДАЯСЬ ЖИЗНЬЮ, ЗДЕСЬ НЕ ТОРОПЯТ ВРЕМЯ AMSTEL Premium Pilsener», с изображением товарного знака «AMSTEL» и стакана, наполненного напитком с пеной и надписью «AMSTEL Premium Pilsener», распространенная возле парка, по адресу: г.Яровое, ул. 60 лет Октября, (шатер «AMSTEL Premium Pilsener, с нарушением требований п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за

нарушение требований п.5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

По информации, представленной администрацией города Яровое Алтайского края (вхд. №1612066 от 24.10.2016г.), шатер «AMSTEL Premium Pilsner» по адресу: г.Яровое, парк 60 лет Октября, принадлежит ИП Шнейдер <...>

ИП Шнейдер зарегистрирован межрайонной инспекцией Федеральной налоговой службы России №15 по Алтайскому краю 27.05.2014г. (ИНН 227001286378), осуществляет деятельность согласно выписке из ЕГРИП – торговля розничная в нестационарных торговых объектах и на рынках (ОКВЭД- 47.8 основной), а также подача напитков (ОКВЭД – 56.30) и т.д.

Комиссией установлено, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП Шнейдер.

Таким образом, Комиссией установлен факт нарушения ИП Шнейдер требований п.5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе», выразившегося в распространении ненадлежащей наружной рекламы алкогольной продукции (пиво) возле парка, по адресу: г.Яровое, 60 лет Октября (шатер «AMSTEL Premium Pilsner»).

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 наружную рекламу алкогольной продукции (пиво) «AMSTEL» ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ ВРЕДИТ ЗДОРОВЬЮ НАСЛАЖДАЯСЬ ЖИЗНЬЮ, ЗДЕСЬ НЕ ТОРОПЯТ ВРЕМЯ AMSTEL Premium Pilsner», с изображением товарного знака «AMSTEL» и стакана, наполненного напитком с пеной и надписью «AMSTEL Premium Pilsner», распространенную по адресу: г.Яровое, ул.60 лет Октября (шатер «AMSTEL Premium Pilsner»), ненадлежащей, поскольку при ее распространении нарушены требования п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

2.Признать ИП Шнейдер нарушившим требования п.5 ч.2 ст.21 законодательства Российской Федерации о рекламе.

3.Выдать ИП Шнейдер предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

<...>

ПРЕДПИСАНИЕ №178

о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

22 декабря 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 22 декабря 2016г. по делу №152-ФАС22-Р/11-16 о признании ненадлежащей рекламы алкогольной продукции (пиво), распространенную по адресу: г.Яровое, ул.60 лет Октября (шатер «AMSTEL Premium Pilsner»), поскольку при ее распространении 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 Шнейдер в **срок до 29 декабря 2016г.** прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: прекратить распространение по адресу: г.Яровое, ул. 40 лет Октября, д. 1д (шатер «AMSTEL Premium Pilsner») наружной рекламы алкогольной продукции (пиво) следующего содержания «AMSTEL» ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ ВРЕДИТ ЗДОРОВЬЮ НАСЛАЖДАЯСЬ ЖИЗНЬЮ, ЗДЕСЬ НЕ ТОРОПЯТ ВРЕМЯ AMSTEL Premium Pilsner», с изображением товарного знака «AMSTEL» и стакана, наполненного напитком с пеной и надписью «AMSTEL Premium Pilsner».

2. ИП Шнейдер представить в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **до 30 декабря 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.

<...>