ИП

РЕШЕНИЕ

«13» июня 2019 г. г. Брянск

Комиссия Брянского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии:

– заместитель руководителя,

члены Комиссии:

– государственный инспектор отдела естественных монополий и рекламы,

– ведущий специалист-эксперт отдела естественных монополий и рекламы,

- государственный инспектор отдела естественных монополий и рекламы,

– заместитель начальника отдела естественных монополий и рекламы,

рассмотрев дело № 032/05/21-732/2019 в отношении ИП по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в присутствии лица

УСТАНОВИЛА:

В мае 2019г. сотрудниками Брянского УФАС России при входе в здание пивного бара «BEER лога», расположенного по адресу: г. Брянск, ул. Романа Брянского, д.11 обнаружено распространение ненадлежащей рекламы пива и алкогольной продукции следующего содержания: «Пенное Разливное Свежее»

На отдельной рекламной конструкции, расположенной на входной двери изображена большая кружка, которая имеет крепкую ручку, что создает впечатление пивной кружки, при этом данная кружка наполнена пенящимся напитком, рядом с пивной кружкой изображена рыба (как закуска к пиву), изображение сопровождается словами «пиво свежее разливное».

В соответствии со статьей 3 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13 марта 2006 года (далее Закона о рекламе, ФЗ «О рекламе») реклама - информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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; под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Исходя из способа и формы размещения, рассматриваемая информация адресована неопределенному кругу лиц. направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, способствует формированию интереса к нему и его продвижению на рынке, то есть соответствует всем признакам рекламы, установленным пунктом 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе». Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой.

Информация, размещенная на Конструкции:

- адресована неопределенному кругу лиц (посетителям заведения «BEER лога»);

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – «BEER лога»;

- формирует и поддерживает интерес к объекту рекламирования и его продвижение на рынке.

Так как сидр и пиво согласно положениям Федерального закона от 22.11.1995 N 171-ФЗ "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции" являются видом алкогольной продукции, то к рекламе данных товаров должны применяться требования, установленные к рекламе алкогольной продукции.

Требования к рекламе алкогольной продукции установлены статьей 21 Закона о рекламе.

Согласно п.5 ч.2 ст.21 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 или вне их.

Согласно части 2.1 статьи 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов.

В соответствии с ч.3 ст.21 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)

Из разъяснений ФАС России следует, что 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.

Таким образом, указанная реклама содержит признаки нарушения требований п.5 ч.2 ст.21, ч.2.1 ст.21, ч.3 ст.21 ФЗ «О рекламе».

Согласно статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержания рекламы лицо.

Согласно статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Лицом, осуществляющим коммерческую деятельность в заведении «BEER лога», следовательно, рекламодателем и рекламораспространителем данной рекламы является ИП.

В соответствии с ч. 6, ч. 7 ст. 38 указанного закона ответственность за указанные нарушения Закона «О рекламе» несет рекламодатель и рекламораспростратитель.

Руководствуясь п. 1 части 2 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 ненадлежащей рекламу пива, при входе в здание пивного бара «BEER лога», расположенного по адресу: г. Брянск, ул. Романа Брянского, д.11, поскольку реклама не соответствуют требованиям п.5 ч.2 ст.21, ч.2.1 ст.21, ч.3 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе».

1. Выдать предписание о прекращении нарушения законодательства о

рекламе ИП.

3. Возбудить дело об административном правонарушении, предусмотренное ч.1 ст. 14.3. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме "14" июня 2019 г.

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

Председатель Комиссии:

Члены Комиссии: