РЕШЕНИЕ

по делу № 04-04-02/16-16

06 июля 2016 года г. Кызыл

Резолютивная часть решения объявлена 22 июня 2016 года

Решение изготовлено в полном объеме 06 июля 2016 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Тыва (далее - Тывинское УФАС России) по рассмотрению дела № 04-04-02/16-16 по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

Хаджиев Ф.А. – руководитель Тывинского УФАС России,

Члены Комиссии:

Кыргыс А.В. – начальник отдела антимонопольного контроля и рекламы Тывинского УФАС России,

Орус-оол Е.А. – специалист – эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы Тывинского УФАС России,

в присутствии Индивидуального предпринимателя,

рассмотрев дело № 04-04-02/16-16, возбужденное в отношении Индивидуального предпринимателя (далее – ИП) (ИНН, ОГРНИП), , имеющей паспорт серии №, выдан, зарегистрированной по адресу; адрес осуществления предпринимательской деятельности: по признакам нарушения пункта 6 части 1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

По результатам проведенного Тывинским УФАС России мониторинга наружной рекламы на предмет соответствия требованиям Закона о рекламе, распространяемых на территории г. Кызыла, выявлено распространение рекламы, размещенной на баннерах на фасаде бани, расположенной по адресу: г. Кызыл, ул. Интернациональная, д., возле входа в магазин «*Пен House*», занимающегося

реализацией алкогольной продукции, следующего содержания:

«Магазин-бар; Пен House; Охлажденные пенные напитки; Чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью.», с использованием фотоизображения человека выполненного с помощью мультипликации (анимации), с пенным напитком в руке.

По результатам проведенного мониторинга составлен акт осмотра наружной рекламы от 18.05.2016 года.

По данному факту приказом Тывинского УФАС России от 30.05.2016 года № 218 возбуждено дело № 04-04-02/16-16 в отношении ИП. по признакам нарушения пункта 6 части 1 статьи 21 Закона о рекламе.

В ходе рассмотрения дела № 04-04-02/16-16 ИП. пояснила, что предпринимательскую деятельность по продаже алкогольной продукции в здании бани, расположенном по адресу: г. Кызыл, ул. Интернациональная, д., осуществляет недавно, до переезда в здание бани работала по улице Бухтуева д1 г. Кызыла. Баннер с девушкой был изначально внутри здания, в связи с ремонтом данный баннер был временно установлен на фасаде бани. Данный баннер снят еще в мае месяце.

В подтверждение доводов ИП представила копии следующих документов: копию паспорта гр., договор безвозмездного пользования нежилым помещением от 04.05.2016 года, фотографию фасада бани, находящегося по адресу: г. Кызыл, ул. Интернациональная, д. .

Комиссия Тывинского УФАС России, исследовав материалы дела № 04-04-02/16-16, выслушав пояснения лица, участвующего в рассмотрении дела, приходит к следующим выводам.

Статья 3 Закона о рекламе, понимает под рекламой информацию, распространенную любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованную неопределенному кругу лиц и направленную на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Под объектом рекламирования подразумевается 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.

Вышеназванная информация содержит все признаки рекламы:

- распространена с использованием рекламного баннера;

- адресована неопределенному кругу лиц;

- вызывает у потребителей ассоциацию с определенным товаром (пивом);

- используются графические изображения и словесные выражения об алкогольной продукции «*Охлажденные пенные напитки*»;

- объектом рекламирования является алкогольная продукция, реализуемая в магазине-баре «*Пен House*», расположенном по адресу: г. Кызыл, ул. Интернациональная, д. .

В рассматриваемом случае для привлечения внимания и поддержания интереса к товару на баннерах используются изображения кружек, наполненных пенными напитками, на фоне бочки, а также образ человека, выполненный с помощью мультипликации (анимации), с пенным напитком в руке.

В силу части 11 статьи 5 Закона о рекламе при производстве, размещении

и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации.

Статья 21 Закона о рекламе устанавливает специальные требования к рекламе алкогольной продукции. При этом данная статья содержит как требования, предъявляемые к рекламе любой алкогольной продукции, так и специальные требования, предъявляемые к рекламе алкогольной продукции отдельных категорий.

К таким отдельным категориям алкогольной продукции статья 21 Закона о рекламе относит:

- пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива,

- вино и игристое вино (шампанское), произведенные в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда,

- алкогольная продукция с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции.

Соответственно, нормы, устанавливающие требования к рекламе алкогольной продукции указанных категорий, являются специальными по отношению к общим нормам, установленным для рекламы алкогольной продукции.

Согласно статье 2 Федерального закона от 22.11.1995 года № 171-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.

В соответствии с пунктом 6 части 1 статьи 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

Кроме того, статья 21 Закона о рекламе не содержит исключений из требований к содержанию рекламы алкогольной продукции для алкогольной продукции отдельных категорий. Соответственно, требования пункта 6 части 1 статьи 21 Закона о рекламе распространяются на рекламу любой алкогольной продукции, в

том числе на рекламу пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда, алкогольную продукцию с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции.

Комиссия Тывинского УФАС России приходит к выводу, что в рассматриваемом случае ИП осуществляется реклама пива, что подтверждается изображением на баннере кружками, наполненными желтыми пенными напитками, а также в нижней части рекламного баннера с указанием следующего содержания: «чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью», указанием вида деятельности «Магазин-бар».

Таким образом, в вышеуказанной рекламе, в нарушение требований пункта 6 части 1 статьи 21 Закона о рекламе, распространяемая на рекламном баннере, установленном на фасаде магазина «Пен House», расположенного по адресу: г. Кызыл, ул. Интернациональная, д., используется образ человека, выполненный с помощью мультипликации (анимации).

Представленная ИП фотография фасада магазина свидетельствует об устранении нарушения Закона о рекламе.

В целях установления лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, была сделана покупка товара в магазине-баре «*Пен House*». Согласно товарному чеку от 19.05.2016 года, лицом, осуществляющим деятельность по реализации алкогольной продукции в магазине «Пен House», является Индивидуальный предприниматель (далее – ИП).

Согласно выписке из Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей, основным и дополнительным видами экономической деятельности ИП является розничная торговля в неспециализированных магазинах преимущественно пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями, деятельность баров, розничная торговля пивом.

Законом о рекламе определены понятия «рекламодатель» и «рекламораспространитель». В соответствии с пунктами 5 - 6 статьи 3 Закона о рекламе рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

На основании материалов дела № 04-04-02/16-16, Комиссия Тывинского УФАС России приходит к выводу, что рекламодателем, рекламораспространителем данной рекламы является ИП.

На основании изложенного, руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 года № 508, Комиссия Тывинского УФАС России,

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу следующего содержания: *«Магазин-бар; Пен House; Охлажденные пенные напитки; Чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью»*, с использованием фотоизображения человека выполненного с помощью мультипликации (анимации), с пенным напитком в руке, распространявшуюся на фасаде здания, расположенного по адресу: г. Кызыл, ул. Интернациональная, д., ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пункта 6 части 1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».

2. В связи с добровольным устранением нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе предписание индивидуальному предпринимателю не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тывинского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении виновных лиц.

Председатель Комиссии Ф.А. Хаджиев

Члены Комиссии А.В. Кыргыс

Е.А. Орус-оол

Согласно статьи 37 Закона о рекламе решение может быть оспорено в суде или арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения.