

РЕШЕНИЕ № Р16/20-03

Резолютивная часть решения объявлена 04 июля 2016 года

Решение изготовлено в полном объеме 15 июля 2016 года

г. Тюмень

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: «...»

- заместитель руководителя
управления;

«...»

- заместитель начальника
отдела КСЗ;

Члены Комиссии:

«...»

- специалист-эксперт отдела
КСЗ,

рассмотрев дело № Р16/20 возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы алкогольной продукции, в отсутствие лица (представителя лица), в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – индивидуального предпринимателя «...» (далее также – ИП «...») адрес местонахождения: «...»),

УСТАНОВИЛА:

Тюменским УФАС России 24.03.2016 в соответствии со ст. 33 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 №38-ФЗ (далее – Закон о рекламе), в рамках реализации полномочий антимонопольного органа по государственному надзору за соблюдением законодательства РФ о рекламе, был выявлен факт распространения рекламы на фасаде магазина разливных напитков «Ирония Судьбы» по адресу: г. Тюмень, ул. Газовиков, д.53, к.1, следующего содержания: «Пиво созрело! Скоро будем! Сибирский ПИВОВАР скоро в продаже» закрепленной на стекле открытой двери входной группы.

Также на фасаде здания, справа от входной группы размещен рекламный баннер следующего содержания: «РАЗЛИВНЫЕ НАПИТКИ, ...какая гадость эта ваша заливная рыба...(Ипполит Георгиевич к/ф Ирония Судьбы, или с легким паром!) МЕСТНОЕ, СВЕЖЕЕ НИКОЛАЕВСКОЕ, АНОХИНСКОЕ, ВЕНСКОЕ АЛТАЙСКИЕ И

ЗАУРАЛЬСКИЕ НАТУРАЛЬНЫЕ НАПИТКИ, ТЮМЕНЬ, покупаем тюменское!».

Определением № Р16/20-01 по данному факту 14.04.2016 возбуждено дело № Р16/20 по признакам нарушения требований п.5 ч.2, 3 ст.21 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

Согласно ст. 3 Закона о рекламе, рекламой является 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. Под объектом рекламирования понимается 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.

Таким образом, вышеуказанная информация будет являться рекламной, поскольку она доступна и адресована неопределенному кругу лиц, а ее содержание направлено на привлечение внимания к объекту рекламирования.

Объектом рекламирования в рассматриваемой рекламе выступает продукция под торговыми наименованиями «Сибирский пивовар», «Николаевское», «Венское».

Согласно имеющейся информации в материалах дела № Р16/20, продукция под торговыми наименованиями «Сибирский пивовар», «Николаевское», «Венское» является пивом.

В соответствии с 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 1 статьи 19 Закона о рекламе, распространение наружной рекламы с использованием щитов, стенов, строительные сетки, перетяжек, электронных табло, проекционного и иного предназначенного для проекции рекламы на любые поверхности оборудования, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее - рекламные конструкции), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта осуществляется владельцем рекламной конструкции, являющимся рекламораспространителем, с соблюдением требований настоящей статьи. Владелец рекламной конструкции (физическое или юридическое лицо) - собственник рекламной конструкции либо иное лицо, обладающее вещным правом на рекламную конструкцию или правом владения и пользования рекламной конструкцией на основании договора с ее собственником.

Таким образом, дверь и фасад магазина будут являться средствами стабильного территориального размещения, следовательно рекламная информация, размещенная на таких конструкциях, будет являться наружной рекламой.

Таким образом, указанная реклама была размещена с нарушением п.5 ч.2 ст.21 Закона о рекламе.

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).

В рассматриваемой рекламной информации отсутствует предупреждающая надпись о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции, следовательно в ней нарушены требования ч.3 ст. 21 Закона о рекламе.

Согласно, п.5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;

Согласно п.7 ст. 3 Закона о рекламе, рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым доступным ему способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Таким образом, ИП «...» является как рекламодателем, так и рекламораспространителем, поскольку рассматриваемая реклама размещается на магазине «Ирония Судьбы», в котором деятельность осуществляет ИП «...»

В соответствии с ч. 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований п.5 ч.2 ст.21 Закона о рекламе несет рекламораспространитель, за нарушение требований ч.3, ст. 21 Закона о рекламе несет ответственность как рекламодатель, так и рекламораспространитель.

Руководствуясь ч. 2 ст. 33, ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу алкогольной продукции с художественным изображением человека и медведя с бочками: «Пиво созрело! Скоро будем! Сибирский ПИВОВАР скоро в продаже» размещенную на стекле двери входной группы в магазин разливных напитков «Ирония Судьбы», и рекламу с изображением банки и кружек с коричневым пенным напитком, а также рыбы следующего содержания: «РАЗЛИВНЫЕ НАПИТКИ, ...какая гадость эта ваша заливная рыба...(Ипполит Георгиевич к/ф Ирония Судьбы, или с легким паром!) МЕСТНОЕ, СВЕЖЕЕ НИКОЛАЕВСКОЕ, АНОХИНСКОЕ, ВЕНСКОЕ АЛТАЙСКИЕ И ЗАУРАЛЬСКИЕ НАТУРАЛЬНЫЕ НАПИТКИ, ТЮМЕНЬ, покупаем тюменское!», размещенную на фасаде здания, в котором находится магазин разливных напитков «Ирония Судьбы» по адресу: г. Тюмень, ул. Газовиков, д.53, к.1, деятельность в котором осуществляет ИП «...», ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования п.5 ч.2, 3 ст.21 Федерального закона от 13.03.06 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать индивидуальному предпринимателю «...» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

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

Председатель комиссии «...»

Члены комиссии «...»

«...»

ПРЕДПИСАНИЕ № Р16/20-04

о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

04 июля 2016

г. Тюмень

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

| | |
|------------------------------|---|
| Председатель Комиссии: «...» | - заместитель руководителя управления; |
| Члены Комиссии: «...» | - заместитель начальника отдела КСЗ; |
| «...» | - специалист-эксперт отдела КСЗ, |

на основании своего решения № Р16/20-03 от 04.07.2016 о признании ненадлежащей рекламы алкогольной продукции размещенной на двери входной группы, а также фасаде магазина разливных напитков «Ирония Судьбы» по адресу: г. Тюмень, ул. Газовиков, д.53, к.1., в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения

законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Индивидуальному предпринимателю «...» (адрес местонахождения: «...») **в десятидневный срок с момента получения настоящего предписания** устранить нарушение требований п.5 ч.2, 3 ст.21 Закона о рекламе, а именно: прекратить распространение рассматриваемой ненадлежащей рекламы алкогольной продукции с художественным изображением человека и медведя с бочками: «Пиво созрело! Скоро будем! Сибирский ПИВОВАР скоро в продаже» размещенную на стекле двери входной группы в магазин разливных напитков «Ирония Судьбы», и рекламу с изображением банки и кружек с коричневым пенным напитком, а также рыбы следующего содержания: «РАЗЛИВНЫЕ НАПИТКИ, ...какая гадость эта ваша заливная рыба... (Ипполит Георгиевич к/ф Ирония Судьбы, или с легким паром!) МЕСТНОЕ, СВЕЖЕЕ НИКОЛАЕВСКОЕ, АНОХИНСКОЕ, ВЕНСКОЕ АЛТАЙСКИЕ И ЗАУРАЛЬСКИЕ НАТУРАЛЬНЫЕ НАПИТКИ, ТЮМЕНЬ, покупаем тюменское!», размещенную на фасаде здания, в котором находится магазин разливных напитков «Ирония Судьбы» по адресу: г. Тюмень, ул. Газовиков, д.53, к.1.

2. **В 5-дневный срок с момента исполнения настоящего предписания** представить письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Тюменское УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц административный штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель комиссии

«...»

Члены комиссии

«...»

«...»