

РЕШЕНИЕ

по делу № 19/04-17 р

Резолютивная часть решения оглашена 18 апреля 2017 года

В полном объеме решение изготовлено 24 апреля 2017 года

комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области о рассмотрению дел о нарушении рекламного законодательства в составе: председателя Комиссии – заместителя руководителя управления - начальника отдела контроля закупок <...>, Членов Комиссии: <...> – начальника отдела ФРИР; <...> – специалиста отдела ФРИР, секретарь <...> – специалист отдела ФРИР Кировского УФАС России;

отсутствие заявителя: физического лица;

присутствии: от лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

<..> - директора ООО «Русская кухня»

при ведении протокола <...> – специалиста отдела ФРИР Кировского УФАС России;

рассмотрев материалы дела № 19/04-17р по признакам нарушения ООО «Русская Кухня» ч. 3 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе») при размещении на дверях места общественного питания кафе-блинная «Матрешка» по адресу <...> информации следующего содержания: «<...>», сопровождаемой изображением пивных кружек, наполненных пенной жидкостью желтого цвета,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области поступило заявление физического лица о нарушении, по мнению заявителя, Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы алкогольной продукции на дверях места общественного питания кафе-блинная «Матрешка» <...> расположенного по адресу: г. <...>

Определением от 14.02.2017г. возбуждено дело № 19/04-17р в отношении рекламораспространителя ООО «Русская Кухня». Рассмотрение дела № 19/04-17р назначено на 14.03.2017.

Изучив материалы дела, комиссия Кировского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно ст. 3 Федерального закона «О рекламе», рекламой является информация, распространяемая 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, 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. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, размещенная на входных дверях кафе-блинная «Матрешка», следующего содержания: «<...>», сопровождаемая изображением пивных кружек, наполненных пенной жидкостью желтого цвета, адресована неопределенному кругу лиц (пешеходам, посетителям кафе), направлена на привлечение внимания покупателей к объекту рекламирования (товарам, реализуемым в кафе-блинная <...> в том числе алкогольной продукции -пиву), способствует формированию интереса к рекламируемым услугам и их продвижению на рынке, и по своему содержанию является рекламой.

В соответствии с 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).

Алкогольная продукция подразделяется на спиртные напитки (в том числе водка), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива.

Таким образом, к алкогольной продукции относится пиво, на рекламу которой распространяются требования статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

При анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы 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).

Комиссией Кировского УФАС России установлено, что информация содержит надпись: *«Чрезмерное употребление пива может повредить вашему здоровью»*, то есть рекламодатель определил объект рекламирования- алкогольная продукция, в связи с чем внес в рекламный модуль соответствующую предупреждающую надпись, предусмотренную ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

Наличие в рекламе предупреждающей надписи о чрезмерном употреблении алкоголя указывает на то, что информация в рекламе имеет отношение именно к алкогольной продукции, производимой <...>

При рассмотрении дела установлено, что в информации «<...>», размещенной на

дверях места общественного питания кафе-блинная «Матрешка», сопровождаемой изображением пивных кружек, наполненных пенной жидкостью желтого цвета, содержится необходимое предупреждение, но оно составляет менее десяти процентов рекламной площади (рекламного пространства), а именно 4 %, следовательно, она размещена с нарушением части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с ч. 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» несет рекламораспространитель (лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств).

В материалы дела ООО «Русская кухня» представлен договор поставки пива и безалкогольной продукции № 214 от 15.01.2014г., заключенный ООО «Русская кухня» с <...> а также перечень реализуемой в месте общественного питания кафе-блинная «Матрешка» алкогольной продукции в период с 01.01.2017г. по настоящее время, в который содержит в том числе пиво<...>

Из документов, представленных в материалы дела, а именно: договора аренды нежилого помещения № 1 от 15.01.2014г., заключенного ООО «Русская кухня» (Арендатор) и ИП <...>Арендодатель), предметом которого является предоставление недвижимого имущества – помещения площадью 136,7 кв.м., расположенного по адресу: г<...> лицом, осуществившим распространение спорной информации на дверях места общественного питания кафе-блинная «Матрешка», а также осуществляющим предпринимательскую деятельность по адресу: <...>, является ООО «Русская Кухня».

Таким образом, действия ООО «Русская Кухня», выразившиеся в распространении информации на дверях места общественного питания кафе-блинная «<...>» следующего содержания: «<...> сопровождаемой изображением пивных кружек, наполненных пенной жидкостью желтого цвета, не соответствуют требованиям части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Из анализа имеющихся в деле документов следует, что нарушение рекламного законодательства произошло по вине ООО «Русская Кухня» (рекламораспространителя).

Учитывая тот факт, что на момент принятия решения в материалах дела отсутствует документальное подтверждение устранения нарушения, Комиссия решила выдать ООО «Русская Кухня» предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

На основании ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Комиссия считает необходимым передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации

об административном правонарушении.

Руководствуясь ст. 3, ч. 3 ст. 21, ст. 33, ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, размещенную на дверях места общественного питания кафе-блинная «Матрешка» следующего содержания: «<...>», сопровождаемую изображением пивных кружек, наполненных пенной жидкостью желтого цвета, ненадлежащей, так как она противоречит части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «Русская Кухня» предписание об устранении нарушения части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

3. Передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административном правонарушении в отношении ООО «Русская Кухня» и его должностного лица.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, в суд общей юрисдикции в порядке, предусмотренном ст. 131 ГПК РФ.