

РЕШЕНИЕ

30 июня 2016 год г. Ханты-Мансийск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Ханты-Мансийскому автономному округу – Югре по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

<..>– заместитель руководителя Управления,

Члены Комиссии:

<..>– начальник отдела Управления,

<..>– ведущий специалист-эксперт отдела Управления,

рассмотрев дело № 02-27-010/2016, возбужденное по обращению гражданина <..>. (вх. от 18.04.2016 № 683-о), в соответствии с частью 1 статьи 33 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», по признакам нарушения части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» в действиях <..>, <..>, выразившихся в размещении рекламы алкогольной продукции (пиво) в лифтах многоквартирных домов города Ханты-Мансийска, а именно рекламы следующего содержания: «Разливное пиво предоставлено магазином «Хмельная лавка» с изображением бокала пива и указанием номеров телефонов <...> и адресов магазинов: <...>,

в отсутствие Заявителя — <..>, уведомленного надлежащим образом, о чем свидетельствуют материалы дела.

В присутствии представителя<..>,

В присутствии <..>

УСТАНОВИЛА:

В адрес Ханты-Мансийского УФАС России поступило обращение гражданина<..> (вх. от 18.04.2016 № 683-о) на действия<..>, в части размещения рекламы алкогольной продукции (пиво) в лифтах многоквартирных домов города Ханты-Мансийска, а именно рекламы следующего содержания: «Разливное пиво предоставлено магазином Хмельная лавка» с изображением бокала пива и указанием номеров

телефонов <...> и адресов магазинов: <...>.

Антимонопольным органом на основании статьи 34 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» <..> направлен запрос о предоставлении информации и необходимых документов (исх. от 22.04.2016 № 02/ОВ-2197).

В ответ на запрос антимонопольного органа <..> представлена информация (вх. от 18.05. 2016).

Из представленной информации следует, что основным видом деятельности <..> является розничная торговля в неспециализированных магазинах преимущественно пищевыми продуктами, включая напитки и табачные изделия.

Между <..> и <..> заключен договор о размещении информационных материалов, где исполнитель <..> обязуется оказать услуги по размещению информационных материалов, а Заказчик <..> обязуется принять и оплатить оказанные исполнителем услуги.

Представленная реклама содержит текст «разливное пиво предоставлено магазином Хмельная лавка» с изображением бокала пива и указанием номеров телефонов <...> и адресов магазинов: <...>.

Согласно договору, Заказчик утверждает согласованный макет рекламы, а исполнитель осуществляет распространение данной рекламы.

Таким образом <..> является рекламодателем, а <..> рекламораспространителем.

Определением о возбуждении дела № 02-27-010/2016 по признакам нарушения законодательства о рекламе (исх. от 03.06.2016г. № 02/ОВ-3101) рассмотрение дела назначено на 30.06.2016г.

Изучив материалы дела, доводы лиц, участвующих в деле, Комиссия антимонопольного органа пришла к следующим выводам.

Согласно договору, заключенного между <..> и <..> от 23.02.2016 № 18-16 на оказание услуг по размещению информационных материалов, реклама следующего содержания: «разливное пиво предоставлено магазином Хмельная лавка» с изображением бокала пива и указанием номеров телефонов <...> и адресов магазинов: <...>», распространялась в 97 лифтах многоквартирных домов г. Ханты-Мансийска, по адресам: ул. Коминтерна, ул. Комсомольская, ул. Конева, ул. Ледовая, ул. Ленина, ул. Мира, ул. Объездная, ул. Промышленная, ул. Рябиновая, ул. Самаровская, ул. Сирина, ул. Студенческая, ул. Энгельса, ул. Ямская.

Согласно статье 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), реклама - 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;

ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации;

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;

товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот;

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.

При этом под объектом рекламирования понимается товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в т.ч. спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

В связи с вышеизложенным, к рекламе относятся направленные на продвижение на рынке адресованные неопределенному у кругу лиц сведения:

- наименование товара (услуги) и/или его описание, характеристики, свойства;

- наименование юридического лица или названия его торгового предприятия, в том числе с указанием профиля его деятельности, контактной информацией;

- название мероприятия любого характера.

Реклама размещенная в лифтах многоквартирных домов г. Ханты-Мансийска содержала следующую информацию:

Наименование торгового предприятия: магазин «Хмельная лавка».

Контактные телефоны <...>

Адреса магазинов: <...>.

Перечень товаров с фотографиями: разливное пиво.

Таким образом, данная информация соответствует всем квалифицирующим признакам рекламы, определенным статьей 3 Федерального закона «О рекламе», поэтому является рекламой.

В соответствии с частью 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «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. Реклама вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда, разрешается на выставках пищевой продукции (за исключением продуктов детского питания) и выставках организаций общественного питания.

В соответствии с пунктом 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции», алкогольная продукция - 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), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

В соответствии с письмом ФАС России от 20 февраля 2015 года № АК/7749/15 «О рекламе алкогольной продукции», к алкогольной продукции относится пиво и вино с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции.

В соответствии с частью 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «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).

Таким образом, реклама пива, размещенная в лифтах многоквартирных домов не соответствует требованиям части 3 статьи 21 Закона о рекламе.

Согласно частям 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе, за нарушение части 3 статьи 21 Закона о рекламе ответственность несет как рекламодаделец, так и рекламодатель.

В смысле Федерального закона «О рекламе» рекламоделем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, рекламопроизводителем - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму, а рекламодателем - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункты 5 - 7 часть 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Таким образом, <..> является рекламоделем, рекламодателем является <..>.

Согласно Постановлению Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», рекламодаделец вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В ходе заседания комиссии Ханты-Мансийского УФАС России сторонами по делу представлен макет информационного стенда, в котором отсутствует спорная реклама алкогольной продукции.

Таким образом, нарушение законодательства о рекламе устранено.

Руководствуясь статьей 33, частью 1 статьи 36, частями 4, 6, 7, 8 статьи 38 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-43, 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу: «разливное пиво предоставлено магазином Хмельная лавка» с изображением бокала пива и указанием номеров телефонов <...> и адресов магазинов: <...>, размещенную в 97 лифтах многоквартирных домов г. Ханты-Мансийска, по адресам: ул. Коминтерна, ул. Комсомольская, ул. Конева, ул. Ледовая, ул. Ленина, ул. Мира, ул. Объездная, ул. Промышленная, ул. Рябиновая, ул. Самаровская, ул. Сирина, ул. Студенческая, ул. Энгельса, ул. Ямская, ненадлежащей.

2. Признать в действиях <..>, <..>, выразившихся в размещении рекламы алкогольной продукции (пиво) в лифтах многоквартирных домов города Ханты-Мансийска, нарушение требований части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

3. Предписание не выдавать в связи с устранением нарушения.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Ханты-Мансийского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

5. Контроль за исполнением настоящего решения возложить на ведущего специалиста - эксперта отдела Управления <..>/

Решение изготовлено в полном объеме 12 июля 2016 года.

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

Председатель Комиссии <..>

Члены Комиссии

<..>

<..>