

РЕШЕНИЕ по делу № 119-13-Р

26 марта 2013 года

г. Пермь

Резолютивная часть решения объявлена 26 марта 2013 года.

В полном объеме решение изготовлено 26 марта 2013 года.

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

Председатель
Комиссии <...>

<...>

Члены Комиссии:
<...>

рассмотрев материалы дела № 119-13-Р в отношении ИП <...> (<...>) (далее - Ответчик), возбужденное по обращению Администрации Орджоникидзевского района г. Перми (исх. № СЭД-01-38-4 от 18.01.2013г; вх. № 00769-13 от 23.01.2013 г.) с признаками нарушения п.5 ч.2 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»),

- в отсутствие ИП <...> (в материалах дела имеется документальное подтверждение надлежащего извещения ИП <...> о времени и месте рассмотрения дела № 119-13-Р);

- в отсутствие представителя Администрации Орджоникидзевского района г. Перми (в материалах дела имеется документальное подтверждение надлежащего извещения Администрации Орджоникидзевского района г. Перми о месте и времени рассмотрения дела № 119-13-Р),

Ходатайств об отложении рассмотрения дела не поступало.

УСТАНОВИЛА:

В адрес Пермского УФАС России поступило обращение Администрации Орджоникидзевского района города Перми (исх. № СЭД-01-38-4 от 18.01.2013г; вх. № 00769-13 от 23.01.2013г) о размещении рекламы алкогольной продукции на фасадах стационарных и нестационарных объектов потребительского рынка в Орджоникидзевском районе.

Из обращения следует, что на рекламной конструкции, размещенной в дверном проеме торгового павильона, расположенного по адресу: г. Пермь, ул. Генерала Доватора, 28, размещена реклама алкогольной продукции. Указанная реклама обращена наружу (на улицу).

В целях рассмотрения обращения Администрации Орджоникидзевского района по существу 28.01.2013г. сотрудниками Пермского УФАС России был осуществлен выезд по данному адресу и фотографирование указанной рекламы. По итогам был составлен акт № 00726-13 от 30.01.2013г.

Так же Пермским УФАС России был сделан запрос (ис. № 00880-13 от 01.02.2013г.) в Администрацию Орджоникидзевского района г. Перми с просьбой предоставить информацию о хозяйствующем субъекте, осуществляющем деятельность по адресу: г. Пермь, ул. Генерала Доватора, 28.

Администрацией Орджоникидзевского района была предоставлена информация (исх. № СЭД-01-38-28 от 08.02.2013г; вх. № 01591-13 от 11.02.2013г.), согласно которой деятельность по адресу: г. Пермь, ул. Генерала Доватора, 28 осуществляет ИП <...> (<...>).

Определением о возбуждении производства по делу № 119-13-Р по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе (исх. № 02115-13 от 01.03.2013 г.) у ИП <...> запрошен ряд документов, в том числе копии документов о праве владения/пользования помещением по адресу: г. Пермь, ул. Генерала Доватора, 28, а также копии разрешения на размещение рекламы. Запрошенные документы ИП <...> представлены не были, представитель для участия в заседании Комиссии не направлен. Таким образом, Пермское УФАС России считает возможным рассмотреть дело по имеющимся доказательствам.

Исследовав материалы дела, Комиссия приходит к следующим выводам.

На рекламной конструкции, размещенной в дверном проеме торгового павильона, расположенного по адресу: г. Пермь, ул. Генерала Доватора, 28, содержится информация следующего содержания:

«Пиво есть. Разливное пиво 1 литр 65 р.

Чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью»

Также на данной конструкции размещена визуальная информация с изображением бутылки, на этикетке которой присутствует информация следующего содержания:

«Жигули пиво».

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», под рекламой понимается 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.

Следовательно, рассматриваемая информация является рекламой, т.к. удовлетворяет всем перечисленным выше признакам.

В соответствии с пунктом 2 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» объект рекламирования – это 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, объектом рекламирования в данном случае выступает пиво «Жигули».

В соответствии с Федеральным законом от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» (далее – Закон №171-ФЗ), к алкогольной продукции относится 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, ИЗГОТОВЛИВАЕМЫЕ НА ОСНОВЕ ПИВА** (п. 7 ст. 2 Закона № 171-ФЗ).

Следовательно, пиво, а также напитки, изготовляемые на основе пива являются алкогольной продукцией.

В пиве «Жигули» содержание объемной доли этилового спирта составляет более 0,5 %.

Согласно п.5 ч.2 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «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.

В частности, торговый павильон, а также дверной проём, обладает признаком стабильности и рассматривается Комиссией как рекламная конструкция.

Таким образом, комиссией Пермского УФАС России установлено нарушение требований п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе» при размещении рекламы пива «Жигули», обращенной наружу в дверном проёме торгового павильона по ул. Генерала Доватора, 28 г. Перми.

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

Согласно ч. 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных п.5 ч.2 ст. 21 несет рекламодатель.

В силу п. 7 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В силу понятий, установленных п. 7 ст. 3 ФЗ «О рекламе», а так же исходя из ответа Администрации Орджоникидзевского района г. Перми, рекламодателем указанной рекламы является ИП <...> (<...>).

Документальных доказательств устранения нарушения п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе» Ответчиком не представлено.

На основании вышеизложенного, руководствуясь ст. 33 и ч. 1 ст. 36 Федерального закона «О рекламе», и в соответствии с п.п. 37-45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу алкогольной продукции, в том числе пива «Жигули», размещенную в дверном проеме торгового павильона, расположенного по адресу: г. Пермь, ул. Генерала Доватора, 28, в том числе в январе 2013, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования п.5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006г № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному лицу для решения вопроса о возбуждении в отношении ИП <...> административного дела по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 26 марта 2013 года.

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

Председатель Комиссии

<...>

<...>

Члены Комиссии

<...>

ПРЕДПИСАНИЕ № 119-13-Р

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

26 марта 2013 года

г. Пермь

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

Председатель
Комиссии:

<...>

<...>

Члены Комиссии:

<...>

на основании своего решения от 26.03.2013г. по делу № 119-13-Р о признании ненадлежащей рекламы алкогольной продукции, в том числе пива «Жигули», размещенной в дверном проёме торгового павильона, расположенного по адресу: г. Пермь, ул. Генерала Доватора, 28, в том числе в январе 2013г., поскольку в ней нарушены требования п.5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», пунктами 44-45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП <...> (<...>) в **десятидневный срок** со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», а именно:

- не размещать рекламу алкогольной продукции 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.

2. ИП <...> в **срок до 25 апреля 2013 года** представить в Пермское УФАС России документальное подтверждение исполнения п.1 настоящего предписания.

В соответствии с ч.2.4 ст.19.5 КоАП РФ невыполнение в установленный срок законного решения, предписания федерального антимонопольного органа, его территориального органа о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе влечет наложение административного штрафа **на должностных лиц 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 статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

<...>

<...>

Члены Комиссии

<...>