РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №116-ФАС22-Р/10-15

Резолютивная часть решения объявлена 10 ноября 2015 года.

Решение изготовлено в полном объеме 10 ноября 2015 года.

10 ноября 2015 г. г.Барнаул

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

<…>

рассмотрев дело №116-ФАС22-Р/10-15 по факту распространения по адресу: г.Бийск, ул. имени Героя Советского Союза Васильева, д.42, наружной рекламы алкогольной продукции.

в отсутствии заявителя (уведомлен надлежащим образом);

в присутствии:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – рекламораспространителя – ИП Вагенлейтнера <…>,

УСТАНОВИЛА:

в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю от гражданина РФ, поступило заявление о распространении по адресу: г.Бийск, ул. им.Васильева, д.42, наружной рекламы алкогольной продукции (пиво) следующего содержания «Специализированный магазин Beer House более 30 сортов разливных напитков более 100 наименований рыбных и мясных деликатесов ФПК г.Барнаул Доставляем качество до последней капли Чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью» с изображением бочек, на одной из которой имеется надпись «Beer», что в переводе с английского языка, означает «Пиво», оборудования для производства пива, в которой усматриваются признаки нарушения ч.4 ст.2 и п.5 ч.2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе», наружная реклама алкогольной продукции с использованием технических средств стабильного размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их не допускается.

В заседании комиссии ИП Вагенлейтнер пояснил, что рекламная конструкция, размещенная на фасаде магазина «Beer House», была демонтирована.

ИП Вагенлейтнер не представил доказательств, что рекламная конструкция была демонтирована с фасада магазина «Beer House».

Комиссия, рассмотрев материалы дела и заслушав пояснения ИП Вагенлейтнера, дав им надлежащую оценку, пришла к следующим выводам.

Рассматриваемая информация полностью соответствует легальному определению понятия «реклама», закрепленному в статье 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к магазину «Beer House», а также к алкогольной продукции (пиво).

В рекламе содержится предупреждение, предусмотренное для рекламы алкогольной продукции в соответствии с ч.3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» - «Чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью».

Согласно подпункта 7 статьи 2 Федерального закона от 18.07.2011г. №218-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. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как спиртные напитки (в том числе водка, коньяк), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

Наружная реклама алкогольной продукции (пиво), распространенная по адресу: г.Бийск, ул. имени Героя Советского Союза Васильева, д.42, содержит признаки нарушения п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе», так как нарушен запрет на способ распространения алкогольной продукции.

Согласно ч.4 ст.2 Федерального закона «О рекламе», специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

Согласно п.5 ч.2 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006г. № 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.

Таким образом, с учетом размещения в рекламе информации, очевидно ассоциирующиеся у потребителей с определенным товаром (пиво), а именно «Специализированный магазин Beer House», «Чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью», изображением бочек, на одной из которой имеется надпись «Beer», что в переводе с английского языка, означает «Пиво», оборудования для производства пива, данная реклама имеет своей целью привлечение внимания именно к алкогольной продукции (пиво), реклама которой данным способом запрещена.

Из документов, представленных администрацией г.Бийска, следует, что в торговом объекте, расположенном по адресу г.Бийск, ул. имени Героя Советского Союза Васильева,д.42, в котором находится магазин «Beer House», предпринимательскую деятельность осуществляет ИП Вагенлейтнер <…>.

Реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, признается, согласно пункту 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», ненадлежащей.

В соответствии со ст.38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требований установленных п.5 ч.2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» несет рекламораспространитель.

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

Из представленных в адрес антимонопольного органа документов следует, что рекламораспространителем указанной рекламной информации является ИП Вагенлейтнер.

На основании изложенного, Комиссией установлен факт нарушения ИП Вагенлейтнером п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе», выразившегося в размещении рекламной конструкции на фасаде, расположенного по адресу: г.Бийск, ул. им.Васильева, д.42, наружной рекламы алкогольной продукции (пива), распространение которой не допускается.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать наружную рекламу алкогольной продукции (пиво) – «Специализированный магазин Beer House более 30 сортов разливных напитков более 100 наименований рыбных и мясных деликатесов ФПК г.Барнаул Доставляем качество до последней капли Чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью» с изображением бочек, на одной из которой имеется надпись «Beer», что в переводе с английского языка, означает «Пиво» ненадлежащей.

2.Признать рекламораспространителя - ИП Вагенлейтнера нарушившим п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

3. Выдать ИП Вагенлейтнеру предписание об устранении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

<…>

ПРЕДПИСАНИЕ №149

о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

10 ноября 2015 г. г. Барнаул

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

<…>

на основании своего решения от 10 ноября 2015 г. по делу №116-ФАС22-Р/10-15 о признании ненадлежащей рекламы алкогольной продукции, размещенной по адресу: г.Бийск, ул. им.Васильева, д.42, поскольку при ее размещении нарушено требование п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП Вагенлейтнеру в **десятидневный срок** со дня вынесения предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: прекратить размещение на фасаде магазина «Beer House» рекламы алкогольной продукции, по адресу: г.Бийск, ул. им.Васильева, д.42.

2. ИП Вагенлейтнеру представить в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **до 01 декабря 2015 года.**

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе, управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю вправе, в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот до пятисот тысяч рублей.

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

<…>