

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №09-ФАС22-Р/02-17

Решение изготовлено в полном объеме 02 марта 2017 года.
г.Барнаул

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

<...>

рассмотрев дело №09-ФАС22-Р/02-17 по факту размещения рекламы алкогольной продукции на входной двери, на фасаде здания, по адресу: г.Барнаул, ул.Малахова, 101 (бар «Хмель»), в которой усматриваются признаки нарушения п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе»,

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – ИП Кыржибаевой <...>

УСТАНОВИЛА:

07.02.2017г. управлением Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю установлен факт размещения по адресу: г.Барнаул, ул.Малахова, 101 (бар «Хмель») рекламных конструкций с наружной рекламой следующего содержания:

«Свежее разливное», с указанием логотипа и названия алкогольной продукции: «Kruger классическое»; «Хмель Напитки хранятся в профессиональном холодильном оборудовании» с изображением кружек наполненных пенными напитками. Также размещена рекламная конструкция, на которой изображены кружки, наполненные пенным напитком с указанием предупреждения «Чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью».

На входной двери бара «Хмель» размещена реклама марки пива: «алк. 4,6 %, экстр. Н.с. 12% Бочковое «Чешское» Пиво «Чешское» светлое непастеризованное (ОАО «БПЗ») Пиво сварено по ГОСТу. Предупреждаем о вреде чрезмерного потребления пива».

В данной рекламе усматриваются признаки нарушения п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

В заседании комиссии ИП Кыржибаева пояснила, что реклама была размещена из-за незнания законодательства РФ «О рекламе». Рекламные конструкции были размещены 4 года назад. Рекламу алкогольной продукции убрали. В настоящее время реклама распространяется в ином виде.

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

В соответствии со статьей 3 Федерального закона «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.

Рассматриваемая рекламная информация полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», закрепленному в статье 3 Федерального закона «О рекламе», направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к пиву марок «Kruger классическое», Бочковое «Чешское», к производителю и к лицу, его реализующему - бару «Хмель», способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их на рынке.

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.

Согласно 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).

Рассматриваемая рекламная информация, на которой изображены кружки, наполненные пенными напитками, содержит предупреждение, предусмотренное для рекламы алкогольной продукции в соответствии с ч.3 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

На входной двери бара «Хмель», являющейся конструктивным элементом здания, размещена реклама марки пива: «алк. 4,6 %, экстр. Н.с. 12% Бочковое «Чешское» Пиво «Чешское» светлое непастеризованное (ОАО «БПЗ») Пиво сварено по ГОСТу. Предупреждаем о вреде чрезмерного потребления пива».

Кроме того, на рекламной конструкции размещены средства индивидуализации производителя пива и логотип «Kruger классическое», принадлежащего ОАО «Томское пиво».

Таким образом, у потребителей информация с изображением торговой марки – «Kruger классическое» ассоциируется с рекламой пива.

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 соответствии с ч.4 ст.2 Федерального закона «О рекламе», специальные требования и ограничения, установленные Федеральным законом «О рекламе» 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.

В соответствии с п.2 Постановления Пленума ВАС № 58 от 08.10.2012г. «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»», при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы судам 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).

Реклама пива бара «Хмель» размещена на фасаде здания, на входной двери бара, доступна для всеобщего обозрения, обращена к неопределенному кругу лиц.

Данные обстоятельства указывают на ненадлежащую рекламу, поскольку при ее размещении и распространении не соблюдены требования п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

В баре «Хмель» по адресу г.Барнаул, ул.Малахова, 101, торговую деятельность осуществляет ИП Кыржибаева.

Таким образом, рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ИП Кыржибаева <...>.

Реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, признается, согласно п.4 ст.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 – ИП Кыржибаева.

Таким образом, Комиссией установлен факт нарушения ИП Кыржибаевой п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе», выразившегося в размещении по адресу: г.Барнаул, ул.Малахова, 101 ненадлежащей наружной рекламы алкогольной продукции (пиво).

В заседании Комиссии ИП Кыржибаевой в материалы дела представлено доказательство устранения нарушения до заседания Комиссии, а именно фотографии рекламных конструкций, в которых реклама алкогольной продукции (пиво) отсутствует.

В соответствии с п.47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, при добровольном устранении лицом (лицами) совершенного нарушения антимонопольный орган вправе не выдавать предписание о прекращении

нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать наружную рекламу алкогольной продукции (пиво), размещенную на входной двери, на фасаде здания, расположенного по адресу: г.Барнаул, ул.Малахова, 101 (бар «Хмель»), ненадлежащей.
2. Признать рекламораспространителя ИП Кыржибаеву нарушившей п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».
3. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать, в связи с нецелесообразностью.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу УФАС по Алтайскому краю для возбуждения в отношении ИП Кыржибаевой производства по делу об административном правонарушении, предусмотренном ст.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.

<...>