

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 022/05/21-85/2020

Решение изготовлено в полном объеме 11 марта 2020 года

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

Председатель Комиссии:

К<.>- заместитель руководителя управления,

Члены Комиссии:

Б<.>- начальник отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

П<.> – главный специалист-эксперт отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

рассмотрев дело № 022/05/21-85/2020 по факту размещения и распространения наружной рекламы алкогольной продукции в г. Белокуриха, а также в сети «Интернет» <https://vk.com/<.>>, в которой усматриваются признаки нарушения п.5 ч.2 ст.21, п.8 ч.2 ст.21, ч.3 ст.21, ч.5 ст.21 Федерального закона «О рекламе»,

в отсутствие заявителя, уведомлен надлежащим образом,

в отсутствие лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе- рекламодателя и рекламодателя ООО «Баваренок» (ОГРН 1052200687054), уведомлено надлежащим образом, представлено ходатайство о рассмотрении дела в его отсутствие,

УСТАНОВИЛА:

В соответствии с п.30 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рассмотрение дела в отсутствие сторон возможно лишь в случаях, если имеются данные об их своевременном извещении, о месте и времени рассмотрения дела и если от них не поступило мотивированное ходатайство об отложении рассмотрения дела или указанное ходатайство не удовлетворено антимонопольным органом. Лица участвующие в деле, надлежащим образом уведомлены о месте и времени рассмотрения дела. Со стороны ООО «Баваренок» представлено ходатайство о рассмотрении дела в его отсутствие.

Комиссией принято решение о рассмотрении дела в отсутствие заявителя и рекламодателя/рекламодателя.

В Алтайское краевое УФАС России поступило заявление гражданина РФ (вхд. №20902 от 29.01.2020г.) направленное из приемной Президента Российской Федерации в Алтайском крае, о размещении и распространении в г. Белокуриха

рекламы алкогольной продукции. К заявлению предоставлена фотография рекламы.

По адресу: г.Белокуриха, ул. Академика Мясникова, 7, размещены рекламные конструкции ГРК «Баварёнок» (г. Белокуриха), с рекламой следующего содержания: «Новинка в ГРК Баварёнок! Завтраки Вкусно! Сытно! Полезно! Начинай утро правильно с 8:00 от 100 р...Бизнес ланчи 3 вида на выбор... Летние смузи»; «Акция ПИВНОЕ БЕЗУМИЕ ПРИ ПОКУПКЕ ВЯЛЕННОГО МЯСА МАРЛА (50 ГР) В ПОДАРОК БОКАЛ ЧЕШСКОГО (0,3л)...ПРИ ПОКУПКЕ 3 БОКАЛОВ ЧЕШСКОГО (0,5л) ЧИПСЫ/ГРЕНКИ В ПОДАРОК... ПРИ ПОКУПКЕ 2 БОКАЛОВ ЧЕШСКОГО (0,5) СУШЕНАЯ РЫБКА В ПОДАРОК...ПРИ ПОКУПКЕ СЫРНЫХ ШАРИКОВ/КОЛБАСОК ГРИЛЬ БОКАЛ ЧЕШСКОГО В ПОДАРОК (0,5л) Акция действует на момент рекламы подробности акции можно узнать по телефону 8 (38577) 2-<..>». Реклама сопровождается изображением пивных бокалов с пенным напитком, а также пивной бочкой.

Антимонопольным органом установлено, что аналогичная реклама размещается в сети «Интернет», в группе «Вконтакте» <https://vk.com/<..>>. Запись от 11 октября 2019 года.

Антимонопольным органом установлено, что деятельность по адресу: г.Белокуриха, ул.Академика Мясникова, 7 осуществляет ООО «Баваренок» (ОГРН <..>).

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, изучив имеющиеся документы и материалы, пришла к следующим выводам.

В соответствии со ст.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 и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно п.2 ст.3 Федерального закона «О рекламе» 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.

Обозначенная выше информация полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», закрепленному в ст.3 Федерального закона от «О рекламе», направлена на привлечения внимания неопределенного круга лиц к гостинично - ресторанному комплексу «Баваренок» и к реализуемой алкогольной продукции (пиво чешское).

Согласно п. 5 ч.2 ст. 21 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.

Согласно письменным пояснениям, представленным в антимонопольный орган

ООО «Баваренок» (ОГРН <..>) следует, что выносные штендеры не относятся к рекламным конструкциям, размещение которых регулируется статьей 19 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со статьей 19 Федерального закона «О рекламе» к средствам наружной рекламы (рекламных конструкций) относятся щиты, стенды, строительные стяжки, перетяжки, электронных табло, проекционного и иного предназначенного для проекции рекламы на любые поверхности оборудования, воздушных шаров, аэростатов и иные технические средства стабильного территориального размещения (далее - рекламные конструкции), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта осуществляется владельцем рекламной конструкции, являющимся рекламодателем, с соблюдением требований настоящей статьи. Владелец рекламной конструкции (физическое или юридическое лицо) - собственник рекламной конструкции либо иное лицо, обладающее вещным правом на рекламную конструкцию или правом владения и пользования рекламной конструкцией на основании договора с ее собственником.

Таким образом, вышеуказанный перечень рекламных конструкций не является закрытым, поскольку перечень способов и видов распространения рекламы неопределен и неограничен.

В указанной ч.1 ст.19 Федерального закона «О рекламе» содержится указание на «иные технические средства стабильного территориального размещения». По мнению ФАС России (письмо ФАС России от 19 сентября 2018г. №РП/75002/18 «О применении ч.1 ст.19 Федерального закона «О рекламе» в части разъяснения понятия «иные технические средства стабильного территориального размещения»), к иным техническим средствам стабильного территориального размещения, следует относить любые конструкции, предназначенные для распространения рекламы, которые размещены стационарно, прочно связаны с землей, зданиями, строениями и сооружениями (т.е с объектами недвижимого имущества) и не предназначены для перемещения.

В рассматриваемом случае вышеуказанная наружная реклама размещена с использованием технических средств территориального размещения типа «рекламный щит» по адресу: ул.Ак.Мясникова,7, г.Белокуриха, представляет собой прочно связанную с землей металлическую опору, на которой закреплен каркас рекламного поля. Следовательно, рассматриваемая реклама алкогольной продукции размещена с использованием рекламной конструкции, что запрещено п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

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).

В рассматриваемой наружной рекламе алкогольной продукции, требуемое законодательством предупреждение отсутствует.

Согласно ч.5 ст.21 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама о проведении стимулирующего мероприятия, условием участия в котором является

приобретение алкогольной продукции, за исключением специализированных стимулирующих мероприятий, проводимых в целях реализации алкогольной продукции.

В данной рекламе используется указание о проведении акции, а именно указание на то, что «при покупке 3 бокалов Чешского (0,5л) чипсы/гренки в подарок...», «при покупке 2 бокалов Чешского (0,5л) сушеная рыбка в подарок...», таким образом, акция направлена на стимулирование реализации алкогольной продукции (пива) в ГРК «Баваренок».

Согласно письменным пояснениям, представленным ООО «Баваренок» (ОГРН <..>) акция «Пивное безумие» действовала с период с 27.01.2020 по 20.02.2020г., акция завершена, рекламные материалы утилизированы. Также ООО «Баваренок» представлена должностная инструкция заведующего производством Общества, согласно которой заведующий производством принимает на себя обязанности разрабатывать планы по проведению рекламных кампаний и рассчитывать расходы на рекламу; изучать рынок и формировать эффективную рекламную стратегию.

Антимонопольным органом установлено, что рассматриваемая реклама следующего содержания: «Новинка в ГРК Баварёнок! Завтраки Вкусно! Сытно! Полезно! Начинать утро правильно с 8:00 от 100 р...Бизнес ланчи 3 вида на выбор... Летние смузи»; «Акция ПИВНОЕ БЕЗУМИЕ ПРИ ПОКУПКЕ ВЯЛЕННОГО МЯСА МАРЛА (50 ГР) В ПОДАРОК БОКАЛ ЧЕШСКОГО (0,3л)...ПРИ ПОКУПКЕ 3 БОКАЛОВ ЧЕШСКОГО (0,5л) ЧИПСЫ/ГРЕНКИ В ПОДАРОК... ПРИ ПОКУПКЕ 2 БОКАЛОВ ЧЕШСКОГО (0,5) СУШЕНАЯ РЫБКА В ПОДАРОК...ПРИ ПОКУПКЕ СЫРНЫХ ШАРИКОВ/КОЛБАСОК ГРИЛЬ БОКАЛ ЧЕШСКОГО В ПОДАРОК (0,5л) Акция действует на момент рекламы подробности акции можно узнать по телефону 8 (38577) 2-<..>», с изображением кружки с пенным напитком, а также бочкой, размещается в сети «Интернет», в группе «Вконтакте» <https://vk.com/<..>>. Запись от 11 октября 2019 года.

Согласно пункту 8 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», реклама алкогольной продукции не должна размещаться в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

По сообщению ООО «Баваренок» (ОГРН <..>) информация социальной сети «Вконтакте» проверена на наличие рекламы алкоголя, вся информация, связанная с алкогольными напитками удалена.

Комиссией установлено, что рекламодателем и рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Баваренок» (ОГРН <...>).

Таким образом, рассматриваемая реклама алкогольной продукции размещена и распространена с нарушением п. 5 ч.2 ст. 21, п.8 ч.2 ст.21, ч.3 ст.21, ч.5 ст.21, Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006г. № 508, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения

дальнейшего нарушения выдает предписание лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Доказательства, подтверждающие прекращение распространения и размещения ненадлежащей рекламы алкогольной продукции (пива) в антимонопольный орган ООО «Баваренок» (ОГРН <..>) не представлено.

На основании изложенного, руководствуясь п.1 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пп.37-42, 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1.Признать ненадлежащей наружную рекламу алкогольной продукции, размещенную и распространенную по адресу: г. Белокуриха, ул. Академика Мясникова, 7, а также в сети «Интернет» в группе «Вконтакте»: <https://vk.com/<..>> ненадлежащей, поскольку при ее размещении и распространении нарушены требования п. 5 ч.2 ст. 21, п.8 ч.2 ст.21, ч.3 ст.21, ч.5 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

2.Выдать ООО «Баваренок» (ОГРН <..>) предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3.Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Алтайского краевого УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст.14.3 КоАП РФ.

Решение Комиссии может быть обжаловано в арбитражный суд в трех месячных срок со дня его вынесения.

Председатель Комиссии А.В.К<..>

Члены Комиссии Н.Е.Б<..>

Т.А.П<..>