

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №162-ФАС22-Р/12-15

Резолютивная часть решения объявлена 21 января 2016 года.

Решение изготовлено 21 января 2016 года.

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

<...>

рассмотрев дело № 162-ФАС22-Р/12-15 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения по адресу: г.Бийск, ул.Льнокомбинат, 30, ненадлежащей наружной рекламы алкогольной продукции,

в отсутствие заявителя (о месте и времени рассмотрения дела извещен надлежащим образом),

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рекламодателя индивидуального предпринимателя Сусоева ОГРН 305220406100048,

УСТАНОВИЛА:

30 ноября 2015 года в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю поступило обращение гражданина РФ (вхд. №1514531 от 30.11.2015г.) о распространении по адресу: г.Бийск, ул.Льнокомбинат, 30, наружной рекламы алкогольной продукции (пива) следующего содержания: «Барнаульское бочковое», с изображением деревянной бочки, стакана и кружки, наполненных пенным напитком.

Антимонопольным органом в результате рассмотрения заявления установлено, что по адресу: г.Бийск, ул.Льнокомбинат, 30, распространяется наружная реклама: «Барнаульское бочковое», с изображением деревянной бочки, стакана и кружки, наполненных пенным напитком и «Закусочная Напитки на розлив», с изображением колосьев, бочек и различных видов рыбы.

В заседании Комиссии ИП Сусоев пояснил, что рассматриваемая рекламная конструкция была размещена на входной двери. В настоящее время демонтирована. С нарушением согласен.

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

На основании статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» реклама – это 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.

Обозначенная рекламная информация полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», является публичной, направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к рекламируемой алкогольной продукции (пиво), к продавцу и производителю рекламируемого товара, способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их на рынке.

Согласно информации, размещенной на официальном сайте ОАО «Барнаульский пивоваренный завод», «Барнаульское бочковое»- марка пива, производимого и реализуемого Барнаульским пивоваренным заводом.

Из рассматриваемой рекламной информации следует, что магазин «Хмельная бочка» предлагает пиво Барнаульского пивоваренного завода, марок барнаульское бочковое. Реклама сопровождается изображением деревянной бочки, стакана и кружки, наполненных пенным напитком, с целью информирования неограниченного числа лиц о роде деятельности организации и о видах реализуемой алкогольной продукции. Действие рекламы алкогольной продукции (пива) направлено на неограниченное количество лиц, в том числе на тех, кто не является потребителями такой продукции (например, несовершеннолетние), поскольку размещение рекламы алкогольной продукции посредством рекламной конструкции, то есть способом, обеспечивающим ее свободное восприятие, делает такую рекламу доступной для этих лиц.

Согласно пункту 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «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.

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

Ответственность за нарушение требований пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

По информации, представленной администрацией города Бийска, торговый объект «Хмельная бочка» принадлежит ИП Сусоеву, <...>.

Рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП Сусоев.

На основании изложенного Комиссией установлен факт нарушения ИП Сусоевым п.5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе», выразившегося в размещении наружной рекламы алкогольной продукции.

Руководствуясь п.1 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 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 «Барнаульское бочковое», с изображением деревянной бочки, стакана и кружки, наполненных пенным напитком, ненадлежащей, поскольку при ее распространении нарушены требования п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать ИП Сусоева нарушившим требования п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

3. Выдать ИП Сусоеву предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

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

<...>

ПРЕДПИСАНИЕ № 7

о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

21 января 2016 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 21 января 2016г. по делу № 162-ФАС22-Р/12-15 о признании ненадлежащей рекламы алкогольной продукции, размещенной по адресу: г.Бийск, ул.Льнокомбинат, 30, поскольку при ее распространении нарушены требования п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с пунктами 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 Сусоеву в **десятидневный срок** со дня вынесения предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: прекратить распространение рекламы алкогольной продукции, по которой вынесено решение, в которой нарушены требования п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

2. ИП Сусоеву представить в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего

предписания **до 11 февраля 2016 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.

<...>