ИП Х<...>

(магазин-бар «Таверна Мое*s»)

Антона Петрова ул., 225а

г.Барнаул, 656065

г.Бийск, 659306

Администрация

Индустриального района г.Барнаула

50 лет ССР ул., 12

г.Барнаул, 656057

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 022/05/21-774/2019

Резолютивная часть решения объявлена 22 октября 2019 года

Решение изготовлено в полном объеме 23 октября 2019 года г.Барнаул

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

Председатель Комиссии:

<...> – заместитель руководителя управления,

члены Комиссии:

<...> – начальник отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

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

рассмотрев дело №022/05/21-774/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в г.Барнауле рекламы алкогольной продукции с использованием мультипликационных образов людей, в которой усматриваются признаки нарушения пункта 6 части 1 статьи 21, пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»,

с участием лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рекламодателя и рекламораспространителя - ИП Х<...>(личность удостоверена на основании паспорта РФ),

УСТАНОВИЛА:

23 сентября 2019 года в Алтайское краевое УФАС России поступили материалы проверки администрации Индустриального района города Барнаула, согласно которым на фасаде бара «Таверна Мое*s», расположенного по адресу: А.Петрова

ул., 225а в городе Барнауле, размещена реклама алкогольной продукции следующего содержания «ЖИВОЕ ПИВО» с изображением героев мультсериала «Симпсоны».

Данный факт установлен администрацией в результате рейдового мероприятия по выявлению самовольных рекламно-информационных конструкций на фасадах предприятий потребительского рынка Индустриального района города.

Усмотрев в содержании рассматриваемой рекламы признаки нарушения пункта 6 части 1 статьи 21, пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), антимонопольным органом возбуждено производство по настоящему делу. Лицом, в действиях которого усматриваются признаки нарушения законодательства о рекламе, признан ИП Х<...>.

Рассмотрение дела назначено на 10 часов 00 минут 22 октября 2019 года.

На заседании Комиссии ИП Х<...>пояснил, что помещение по адресу: А.Петрова ул., 225а в городе Барнауле, в котором расположен бар «Таверна Мое*s», им арендуется с 22 сентября 2019 года. Реклама «ЖИВОЕ ПИВО» осталась от прежних арендаторов, и чтобы под рекламу на фасаде не заняли место другие арендаторы, было принято решение разместить еще рекламу, в которой использованы мультипликационные образы людей; нарушение законодательства о рекламе признал. Кроме того, ИП Х<...> пояснил, что нарушение в настоящее время устранено: реклама демонтирована, а на ее месте размещен монитор с бегущей строкой, но в настоящее время он не работает, поскольку необходимо получить разрешение.

Комиссия, заслушав доводы стороны, изучив материалы дела и исследовав доказательства по делу, дав им надлежащую оценку, пришла к следующим выводам.

В соответствии со статьей 3 Закона 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.

Размещенная на фасаде бара «Таверна Мое*s» по адресу: А.Петрова ул., 225а в городе Барнауле реклама алкогольной продукции «ЖИВОЕ ПИВО» с изображением героев мультсериала «Симпсоны» полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», является публичной, направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к алкогольной продукции (пиву), продавцу рекламируемого товара, способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их на рынке.

В силу статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» алкогольная продукция - 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.

Статьей 21 Закона о рекламе установлены специальные требования и ограничения к рекламе алкогольной продукции.

Согласно пункту 5 части 2 статьи 21 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.

Кроме того, согласно пункту 6 части 1 статьи 21 Закона о рекламе, реклама алкогольной продукции не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

Исходя из положений статьи 19 Закона о рекламе, следует, что законодательство о рекламе не содержит исчерпывающего перечня видов рекламных конструкций, в связи с чем, рекламной конструкцией является любое техническое средство стабильного размещения.

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.

В соответствии с частью 4 статьи 2 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.

Согласно Письму ФАС России № АК/76734/18 от 24.09.2018 «О применении статьи 21 Федерального закона «О рекламе» в рекламе, содержащей сведения, формирующие интерес к пиву, как напитку, без указания на индивидуализирующие признаки товара, в частности, без конкретных наименований пива, объектом рекламирования алкогольная продукция не выступает. Однако указание сведений, формирующих интерес к пиву, как напитку, в рекламе, объектом рекламирования которой выступает продавец товаров, позволяет сделать однозначный вывод о том, что объектом рекламирования выступает деятельность такого лица по продаже алкогольной продукции, представляющей собой пиво и напитки, изготовляемые на основе пива.

Согласно википедии, живое пиво — обиходный термин, обычно обозначающий непастеризованное пиво. При этом в технических регламентах данная категория

отсутствует, поэтому как само понятие живого пива, так и требования к технологии его производства определяют сами производители. По заявлениям производителей, по причине неприменения пастеризации такое пиво отличается малым сроком хранения (порядка одной недели), потому и торгуют им обычно либо в рядом прилегающих пивных, либо на территории одного региона. Также, словосочетание «живое пиво» иногда связывается с технологией «bottle conditioning», когда напиток по окончании главного брожения сразу разливают по бутылкам, где пиво и дозревает. Такое пиво хранится долго без пастеризации и фильтрации. Отдельные стили пива при этом с выдержкой существенно меняются и усложняются во вкусе.

В рассматриваемой рекламе не содержится наименований марок реализуемого в баре «Таверна Мое*s» пива, однако, указание в рекламе на свойства пива (живое пиво), а также изображение мультипликационного героя, держащего в руке наполненную пивную кружку, а также изображение фото бармена одноименной таверны из мультсериала о «Симпсонах», вокруг которого расположены пивные банки и бутылки, однозначно свидетельствует о том, что на фасаде бара «Таверна Мое*s», расположенного по адресу: А.Петрова ул., 225а в городе Барнауле, размещена реклама алкогольной продукции – пива.

Учитывая изложенное, рассматриваемая реклама размещена с нарушением пункта 6 части 1, пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

В силу статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований пункта 5 части 2 статьи 21 Закона несет рекламораспространитель, ответственность за нарушение пункта 6 части 1 статьи 21 Закона несет рекламодатель.

Согласно материалам дела, предпринимательскую деятельность в баре «Таверна Мое*s» по адресу: А.Петрова ул., 225а в городе Барнауле осуществляет ИП Х<...> (ОГРНИП 319222500070447).

Таким образом, рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ИП Х<...>.

В соответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, 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.

Нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42, 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

Комиссия

РЕШИЛА:

1.Признать рекламу алкогольной продукции (пива), размещенную и распространенную на фасаде здания, расположенного в г.Барнауле по адресу: А.Петрова ул., 225а (бар «Таверна Мое*s»), ненадлежащей, так как при ее размещении нарушены требования пункта 6 части 1 статьи 21 и пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

2.Выдать ИП Х<...>предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3.Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Алтайского краевого УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении в отношении ИП Х<...>дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации.

Председатель Комиссии: <...>

Члены Комиссии: <...>

<...>