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

Председатель:

<…>,

члены Комиссии:

<…>

рассмотрев дело №141-ФАС22-Р/10-13 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения по адресу: г. Барнаул, ул. Димитрова,81 рекламы пива с нарушением требований пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе»,

в присутствии: лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе - рекламораспространителя-директора ООО «НатаЛекс» Ш,

УСТАНОВИЛА:

На двери магазина «Хмельная Прага» по ул. Димитрова,81 размещена рекламная информация следующего содержания:

-«Heineken Разыскиваем заядлых путешественников…» с изображением бутылки пива,

-«Жигулевское светлое. Сварено по традиционному рецепту. Вкус добрых традиций…».

Рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ООО «НатаЛекс» (ИНН <…>). Основным видом деятельности ООО «НатаЛекс», согласно ЕГРЮЛ, является розничная торговля пищевыми продуктами, включая напитки и табачные изделия в специализированных магазинах. Помещение магазина «Хмельная Прага», находящееся по адресу ул.Димитрова,81 находится в собственности М., ООО «НатаЛекс» является арендатором, согласно договору аренды нежилого помещения от 04.09.12г. Общая площадь магазина 53,8 кв.м.

Директор ООО «НатаЛекс» Ш. по факту размещения данной рекламной конструкции сообщила, что рассматриваемая реклама была размещена экстренно, в связи с тем, что был разбит стеклопакет. Вину признает.

Комиссия Алтайского краевого УФАС России, исследовав материалы дела, пришла к следующим выводам.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006г № 38-ФЗ «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; 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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Рассматриваемая информация полностью соответствует легальному определению понятия «реклама», формирует интерес неопределенного круга лиц к пиву и лицу его реализующему, способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их на рынке.

В соответствии с п.7 ст. 2 Федерального закона от 22.11.1995 N 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), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

Таким образом, к алкогольной продукции относится пиво с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции.

В соответствии с пунктом 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», наружная реклама алкогольной продукции 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 не допускается.

Дверь магазина «Хмельная Прага» по ул. Димитрова,81 отвечает понятию рекламной конструкции, является способом стабильного размещения рекламы.

Реклама пива «Heineken», «Жигулевское светлое», размещенная на двери, доступна для всеобщего обозрения, обращена к неопределенному кругу лиц.

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

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

В соответствии со статьей 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» несет, рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

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 рекламу пива, размещенную ООО «НатаЛекс» на двери магазина «Хмельная Прага» по ул. Димитрова,81 , ненадлежащей.

2.Признать рекламораспространителя ООО «НатаЛекс» нарушившей требования п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

3.Выдать ООО «НатаЛекс» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

4.Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Алтайского краевого УФАС России для возбуждения в отношении должностного лица – директора ООО «НатаЛекс» Ш. производства по делу об административном правонарушении, предусмотренном ч.1 ст.14.3 КоАП.