

ИП <...>

(магазин «Флагман»)

<...>

г. Бийск, 659335

Алтайский край

<...>

г. Бийск, 659306

Алтайский край

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №022/05/21-99/2022

Решение принято 3 марта 2022 года

Решение в полном объеме изготовлено 4 марта 2022 года г. Барнаул

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

председатель Комиссии:

<...> – заместитель руководителя управления,

члены Комиссии:

<...> – врио начальника отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

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

рассмотрев дело №022/05/21-99/2022 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения наружной рекламы алкогольной продукции в г. Бийске Алтайского края, в которой усматриваются признаки нарушения п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»,

в отсутствие лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, ИП <...> (далее - ИП <...>),

УСТАНОВИЛА:

дело №022/05/21-99/2022 возбуждено по факту распространения в г. Бийске по адресу: ул. Ильи Мухачева, д.139, слева от входа в магазин «Флагман» рекламы: «Сеть магазинов разливных напитков Флагман БОЧКОВОЕ напитки на розлив»; на окнах рекламы (типа наклейка): «ЖИВОЕ БОЧКОВОЕ ВЫДЕРЖАННОЕ».

По информации администрации г. Бийска предпринимательскую деятельность в

магазине «Флагман» по адресу: г. Бийск, ул. Ильи Мухачева, д.139, осуществляет ИП <...> (ИНН<...>).

Таким образом, лицом, в действиях которого усматриваются признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, признан ИП <...>. Рассмотрение дела назначено на 03.03.2022г.

Определением о возбуждении дела от 10.02.2022г. у ИП <...> запрошены следующие документы и материалы:

- договоры, заявки, платежные поручения, иные документы, на основании которых осуществлялось изготовление и размещение вышеуказанной рекламы;
- данные о должностном лице, отвечающем за подготовку рекламной информации (должностная инструкция, приказ о приеме на работу и т.д.);
- разрешительные документы на размещение рассматриваемой наружной рекламы (рекламной конструкции), предусмотренные ст.19 Федерального закона «О рекламе»;
- отзыв на определение о возбуждении дела.

03.03.2022г. ИП <...>, извещенный надлежащим образом о времени и месте рассмотрения дела, на заседание Комиссии не явился, представителя не направил, запрашиваемые документы, связанные с распространением рассматриваемой рекламы, в антимонопольный орган не представил.

На основании изложенного, Комиссией принято решение о рассмотрении дела в отсутствие ИП <...> по имеющимся в материалах дела доказательствам.

Комиссия, изучив материалы дела и исследовав доказательства по делу, 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.

Рассматриваемая информация:

- публично распространена в городе Бийске;
- предназначена для неопределенного круга лиц;
- преследует цели информирования: обращения внимания на предпринимательскую деятельность специализированного магазина «Флагман»

по продаже алкогольной продукции.

Таким образом, данная информация соответствует всем квалифицирующим признакам рекламы, определенным ст.3 Федерального закона «О рекламе», поэтому является рекламой.

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.

В соответствии с п.5 ч.2 ст. 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 или вне их.

В соответствии с Письмом ФАС России №АК/76734/18 от 24.09.2018г. «О применении статьи 21 Федерального закона «О рекламе», 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, изготавливаемые на основе пива.

Действие рекламы алкогольной продукции 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.

Комиссия антимонопольного органа, проанализировав материалы дела, а также текст и способ распространения рассматриваемой рекламы по адресу: г. Бийск, ул. Ильи Мухачева, д.139, приходит к выводу, что реклама: «Сеть магазинов разливных напитков Флагман БОЧКОВОЕ напитки на розлив», размещенная на фасаде здания слева от входа в магазин «Флагман», а также реклама: «ЖИВОЕ БОЧКОВОЕ ВЫДЕРЖАННОЕ», размещенная на окнах магазинах «Флагман», распространена с нарушением п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе», поскольку реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций).

В соответствии с п.4 ст.3 Федерального закона «О рекламе», ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно ст.38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе» -

рекламораспространитель.

Установлено, что рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ИП <...>.

В соответствии с п.1 ч.2 ст.33 Федерального закона «О рекламе», антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям, операторам рекламных систем обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Согласно п.49 Правил, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Доказательств, свидетельствующих о прекращении распространения рассматриваемой рекламы с нарушением п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе» указанным способом, в материалы дела не представлено.

На основании изложенного и руководствуясь п.1 ч.2 ст.33, ч.1 ст.36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пп.42-47, п.49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу: «Сеть магазинов разливных напитков Флагман БОЧКОВОЕ напитки на розлив», «ЖИВОЕ БОЧКОВОЕ ВЫДЕРЖАННОЕ», распространенную по адресу: г. Бийск, ул. Ильи Мухачева, д.139, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».
2. Вынести ИП <...> предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Алтайского краевого УФАС России, для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном ст.14.3 КоАП РФ.

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

<...>