

РЕШЕНИЕ

по делу № 21-Р-2016

20 января 2017 г.

г. Чебоксары

Резолютивная часть решения оглашена 12 января 2017 года.

Решение в полном объеме изготовлено 20 января 2017 года

Комиссия Чувашского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

«...»

Члены Комиссии:

«...»

рассмотрев дело № 21-Р-2016, возбужденное в отношении в отношении ИП Бхуртьяла Дипендра Мани по признакам нарушения требований, определенных частью 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» по факту размещения рекламной акции: "Закажи 2 бокала пива по 0,5. Получи бокал 0,5 пива БЕСПЛАТНО" за пределами стационарного объекта кафе "Сытый бургер", в отсутствие представителей: заявителя - представителя МБУ "Городская реклама" администрации г.Чебоксары – «...» лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - ИП Бхуртьяла Дипендра Мани,

УСТАНОВИЛА:

В Чувашское УФАС России поступило заявление (вх. от 20.10.2016 № 04-10/6654) МБУ "Городская реклама" администрации г. Чебоксары (далее - Заявитель) о том, что по адресу г. Чебоксары пр-т Ленина, д. 11 кафе "Сытый бургер" разместило информацию "Закажи 2 бокала пива по 0,5" в виде баннера, а также штендер на тротуаре "Большой выбор пивных закусок". Заявитель просит рассмотреть указанную информацию на соответствие требованиям статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ "О рекламе" (далее - Закон о рекламе). Факт размещения указанной информации Заявитель подтвердил прилагаемым к заявлению фотоматериалом.

Изучив представленную информацию, установлено следующее.

На одном из представленных фотоснимков, размещена перетяжка,

смонтированная к внешнему конструктивному элементу здания - к кованной ограде, за которой территориально располагается место входа в помещение кафе "Сытый бургер", с содержанием информации о рекламных акциях, проводимых кафе, в том числе, следующего содержания: "Закажи 2 бокала пива по 0,5 получи 0,5 пива БЕСПЛАТНО".

С точки зрения 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 или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке (статья 3 Закона о рекламе).

Рассматриваемая информация публично распространена, предназначена для неопределенного круга лиц, при этом, формирует интерес потребителей к конкретному товару - пиву, с предложением, при заказе 2 бокалов пива по 0,5, получить дополнительно 0,5 пива бесплатно, что способствует поддержанию интереса к объекту рекламирования и продвижению продажи данного алкогольного напитка на рынке реализации аналогичного товара.

Таким образом, из содержания вышеуказанной информации, можно сделать вывод, что данная информация соответствует всем квалифицирующим признакам рекламы, определенным статьей 3 Закона о рекламе.

Согласно представленным пояснениям Заявителя, в рамках рассмотрения дела, возбужденного Чувашским УФАС России по признакам нарушения Закона о рекламе в отношении ИП Бхуртьяла Д. М., установлено, что со стороны Заявителя в настоящее время замечания отсутствуют, в связи с устранением ИП

Бхуртьялом Д. М. ненадлежащей рекламы путем ее демонтажа.

Изучив материалы дела, заслушав на заседании Комиссии 12.01.2017 доводы лиц, участвующих в деле, Комиссия приходит к следующему.

В силу статьи 21 Закона о рекламе установлено требования к рекламе алкогольной продукции, а также запреты на распространение рекламы такой продукции.

Так, в соответствии с требованиями **части 2.1 статьи 21 Закона о рекламе**, определено, что реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции **разрешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции**, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов. Реклама вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда разрешается на выставках пищевой продукции (за исключением продуктов детского питания) и выставках организаций общественного питания.

Согласно разъяснению ФАС России (письмо от 02.12.2011 № АК/44977 "О разъяснении некоторых положений Федерального закона "О рекламе"), часть 2.1 статьи 21 Закона о рекламе предусматривает, что **реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема**

готовой продукции разрешается только в печатных изданиях с учетом положений пунктов 1 и 2 части 2 настоящей статьи, **в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции**, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов, а также в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

Таким образом, **реклама, в том числе в виде рекламных акций, алкогольной продукции (включая пиво) с содержанием этилового спирта не менее пяти процентов объема готовой продукции допускается в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции.**

Вместе с тем положения Закона о рекламе для рекламы, в том числе в виде рекламных акций, алкогольной продукции (включая пиво) с содержанием этилового спирта менее пяти процентов объема готовой продукции не предусматривают требований по распространению такой рекламы исключительно в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции.

Однако в данном случае, из содержания, представленной потребителю рекламы "Закажи 2 бокала пива по 0,5 получи 0,5 пива БЕСПЛАТНО", не представляется возможным определить содержания этилового спирта объема готовой продукции пива, участвующего в рассматриваемой акции.

В связи с чем, не исключается возможность того, что в проведении спорной рекламной акции участвует ассортимент различных сортов пива, реализуемого кафе "Сытый бургер", в том числе с содержанием этилового спирта более пяти процентов объема готовой продукции, в нарушение требований Закона о рекламе, определенных частью 2.1 статьи 21 Закона о рекламе, предусматривающей, что **реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции**, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов.

При этом в материалах дела не имеется доказательств, подтверждения того, что в рассматриваемой рекламной акции участвуют исключительно сорта пива с содержанием этилового спирта менее пяти процентов объема готовой продукции, реализуемого кафе.

Таким образом, Комиссия приходит к выводу, что рассматриваемая рекламная информация "Закажи 2 бокала пива по 0,5 получи 0,5 пива БЕСПЛАТНО", расположенная за пределами стационарного объекта, размещена с нарушением требований части 2.1 статьи 21 Закона о рекламе.

Вместе с тем, в силу части 3 статьи 21 Закона о рекламе установлено, что 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).

Законом о рекламе требования к содержанию предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции не установлены. Рекламодатели по своему усмотрению могут формулировать текст предупреждения, использовать

тот или иной шрифт, однако такое предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции должно быть четким и ясным, хорошо различимым на фоне рекламы, т.е. должно быть именно предупреждением и привлекать внимание потребителей.

В рассматриваемом случае рекламная акция: "Закажи 2 бокала пива по 0,5 получи 0,5 пива БЕСПЛАТНО" не содержит предупреждение, определенное нормами законодательства. Таким образом, рассматриваемая реклама "Закажи 2 бокала пива по 0,5 получи 0,5 пива БЕСПЛАТНО", расположенная за пределами стационарного объекта, размещена с нарушением требований, определенных частью 3 статьи 21 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований части 3, части 2.1 статьи 21 Закона о рекламе несет рекламодатель. В силу пункта 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно данным, представленным Заявителем, а также в рамках рассмотрения настоящего дела установлено, что деятельность кафе "Сытый бургер" по адресу г. Чебоксары пр-т Ленина, д. 11, осуществляет ИП Бхуртьял Дипендра Мани (ИНН 213000768872).

Учитывая имеющуюся информацию, определено, что ИП Бхуртьял Дипендра Мани является лицом осуществившим распространение данной рекламы, следовательно, рекламопроизводителем и рекламодателем.

Из представленного на заседании Комиссии 12.01.2017 пояснения ИП Бхуртьяла Д.М., следует, что последний не имел намерение нарушать законодательство о рекламе.

Сообщил, что рассматриваемое нарушение допущено из-за недостаточного знания требований, установленных нормами Закона о рекламе и что на момент рассмотрения дела перетяжка с рекламой, в том числе с указанием проведения рассматриваемой акции, удалена путем демонтажа.

Одновременно на заседание Комиссии ИП Бхуртьял Д.М. представил доказательства (фотоотчет) того, что рассматриваемая реклама в настоящее время не распространяется.

Таким образом, руководствуясь пунктом 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 г. N 508 (далее - Правила), Комиссия приходит к выводу о нецелесообразности выдачи предписания о прекращении нарушения Закона о рекламе, ввиду добровольного устранения нарушения Закона о рекламе.

На основании изложенного, руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1

статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37-42 Правил, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: "Закажи 2 бокала пива по 0,5 получи 0,5 пива БЕСПЛАТНО", смонтированной к внешнему конструктивному элементу здания - к кованной ограде, за которой территориально располагается место входа в помещение кафе "Сытый бургер", поскольку в ней нарушено требование частей 3, 2.1 статьи 21 Закона о рекламе.

2. Признать ИП Бхуртьяла Дипендра Мани (ИНН 213000768872) нарушившим требования частей 3, 2.1 статьи 21 Закона о рекламе.

3. В связи с добровольным прекращением распространения ненадлежащей рекламы на момент рассмотрения дела, предписание о прекращении нарушения Закона о рекламе ИП Бхуртьялу Дипендра Мани не выдавать. 4.

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 18 января 2017 года и может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

«...»

Члены Комиссии

«...»