

Заявителю

ИП <...>

РЕШЕНИЕ

06 февраля 2019 года г. Челябинск, пр. Ленина, 59

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее – Челябинское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии: <...> – заместитель

руководителя-

начальник отдела контроля за рекламой и

недобросовестной конкуренцией;

члены Комиссии: <...> , главный специалист-эксперт

отдела контроля за рекламой и

недобросовестной конкуренцией;

<...>, специалист-

эксперт отдела контроля за рекламой

и недобросовестной конкуренцией,

рассмотрев дело № 54-08/2018, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя <...> (далее - ИП<...>) по факту размещения в г. Челябинске по адресу ул. Воровского, д. 15 «В» конструкций с ненадлежащей рекламой «18+ Podval Beer. Употребление спиртных напитков вредит вашему здоровью. * Но это не точно» с признаками нарушения пункта 3 части 1 статьи 21, пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», в отсутствие сторон

УСТАНОВИЛА:

В Челябинское УФАС России поступило заявление председателя правления межрегиональной общественной организации защиты прав потребителей «Гражданский патруль» <...> о размещении в г. Челябинске по адресу ул. Воровского, д. 15 «В» конструкций с ненадлежащей рекламой «18+ Podval Beer. Употребление спиртных напитков вредит вашему здоровью. * Но это не точно».

Из письма Управления наружной рекламы и информации Администрации города Челябинска (далее – Управление) вх. № 8142 от 13.06.2018 по запросу Челябинского УФАС России усматривается, что в пивном магазине «Podval Beer» по адресу: г. Челябинск, ул. Воровского, д. 15 торговую деятельность осуществляет ИП <...> Рекламная конструкция со сведениями: «Podval Beer. Употребление спиртных

напитков вредит вашему здоровью. * Но это не точно... 18+» установлено и эксплуатируется без разрешения органа местного самоуправления. Управлением ИП <...> выдано предписание о демонтаже рекламной конструкции.

Челябинским УФАС России возбуждено дело № 54-08/2018 в отношении ИП <...> по признакам нарушения пункта 3 части 1 статьи 21, пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

ИП <...> на рассмотрение дела не явился, запрошенные Челябинским УФАС России документы и сведения не представил.

По данным отдела адресно-справочной работы Управления по вопросам миграции ГУ МВД России по Челябинской области адрес регистрации ИП <...> совпадает с адресом по которому Челябинским УФАС России направлялась корреспонденция ИП <...> В адрес Челябинского УФАС России возвратились почтовые конверты с отметкой «В» (возврат).

Согласно пункту 1 Постановления Пленума ВАС РФ от 30.07.2013 N 61 «О некоторых вопросах практики рассмотрения споров, связанных с достоверностью адреса юридического лица» юридическое лицо (индивидуальный предприниматель) несет риск последствий неполучения юридически значимых сообщений, поступивших по его адресу, указанному в ЕГРЮЛ, а также риск отсутствия по этому адресу своего представителя, и не вправе в отношениях с лицами, добросовестно полагавшимися на данные ЕГРЮЛ об адресе юридического лица, ссылаться на данные, не внесенные в указанный реестр, и на недостоверность данных, содержащихся в нем, на ненадлежащее извещение в ходе рассмотрения дела судом в рамках производства по делу об административном правонарушении и т.п., за исключением случаев, когда соответствующие данные внесены в ЕГРЮЛ в результате неправомερных действий третьих лиц или иным путем помимо воли юридического лица (п. 2 ст. 51 ГК РФ).

С учетом изложенного, Комиссия считает возможным рассмотреть дело в отсутствие ИП <...>

Рассмотрения заявления и материалов приводит к следующим выводам.

В городе Челябинске по состоянию на 16 мая 2018 года на фасаде здания по ул. Воровского, д. 15 В установлена конструкция со сведениями: «18+ Podval Beer. Употребление спиртных напитков вредит вашему здоровью. * Но это не точно».

Факт размещения рекламы подтверждается актом осмотра № 55/01-2018 от 16 мая 2018 года, оставленным специалистами Челябинского УФАС России.

Согласно данным справочной программы 2ГИС.Челябинск (апрель 2018) по адресу: г. Челябинск, ул. Воровского, д. 15 «В» находится магазин разливного пива «ДедЩукарь». Здесь же размещены активные ссылки «фотографии» и «отзывы», при активации которых присутствует информация: «Podval Beer магазин разливного пива в Челябинске Воровского 15 В цокольный этаж».

Изложенное позволяет сделать выводы о том, что данный магазин обозначен в активных ссылках справочной программы 2ГИС.Челябинск именно как магазин разливного пива «Podval Beer, то есть специализирующийся на продаже разливного пива.

Таким образом, реклама торгового объекта с коммерческим обозначением «Podval Beer» может ассоциировать у потребителей с определенным напитком – пивом, а не любым другим напитком ввиду того, что эффект отождествления усиливается как самим названием торгового объекта, обозначенным в справочной системе как магазин разливного пива, так и присутствующими в рекламе сведениями «Употребление спиртных напитков вредит вашему здоровью».

Таким образом, информация о магазине «Podval Beer» обращает внимание и поддерживает интерес к указанному торговому объекту и реализуемому в нем товару, в том числе пенным напиткам, ассоциирующихся у потребителей с пивом.

В силу пункта 3 части 1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна содержать утверждение о том, что алкогольная продукция безвредна или полезна для здоровья человека.

Таким образом, в рекламе продавца алкогольной продукции (пива) не допускается прямо или косвенно сообщать о безвредности или пользе алкогольной продукции для здоровья человека.

В рекламе присутствуют сведения: «Употребление спиртных напитков вредит вашему здоровью. * Но это не точно».

Данное выражение имеет неоднозначный смысл, поскольку любое чрезмерное или нечрезмерное (обычное, регулярное) потребление алкоголя вредно для здоровья. В рекламе вред алкогольной продукции для здоровья человека ставится под сомнение за счет использования фразы «Но это не точно», тем самым косвенно сообщается о безвредности алкогольной продукции.

В целях выяснения общественного мнения Челябинским УФАС России проведен интерактивный опрос на сайте <http://chel.fas.gov.ru/> о том, ставит ли под сомнение фраза «Но это не точно» нанесение вреда здоровью употреблением алкогольной продукции? 71 % опрошенных ответили «да».

С учетом изложенного, рассматриваемая реклама нарушает пункт 3 части 1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

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 или вне их.

В соответствии с пунктом 4 части 2 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом 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 настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

В силу пункта 7 статьи 2 Федерального закона № 171-ФЗ от 22.11.1995 (ред. от 30.06.2012) «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.

Таким образом, пиво является алкогольной продукцией.

Название магазина «Podval Beer» в совокупности со сведениями «Употребление спиртных напитков вредит вашему здоровью...», позволяет индивидуализировать торговый объект как магазин, реализующий алкогольную продукцию, соответственно указанные в рекламе сведения воспринимаются как реклама продавца алкогольной продукции.

Указанная позиция антимонопольного органа, подтверждается, в том числе судебной практикой, например по делу № А48-7015/2015, № 02-27-010/2016.

Размещение рекламы продавца алкогольной продукции, в данном случае ИП <...> на фасаде здания по ул. Воровского, д. 15 В нарушает пункт 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 6 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований пункта 3 части 1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель, за нарушение требований пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель и рекламодатель и рекламодатель.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламодатель - это лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно статье 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержания рекламы лицо, рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Исходя из понятия рекламодателя, изложенного в статье 3 Федерального закона «О рекламе», рекламодатель - заказчик рекламы, то есть то лицо, в чьих интересах осуществляется распространение и размещение рекламы. Соответственно, таким лицом могут выступать изготовитель, продавец, фирма, оказывающая услуги, государственный или общественный орган, частное лицо и так далее.

Рекламодателем и рекламодателем в г. Челябинске по адресу ул. Воровского, д. 15 «В» рекламы со сведениями : «18+ Podval Beer. Употребление

спиртных напитков вредит вашему здоровью. * Но это не точно» является ИП <...>, осуществляющий розничную торговлю алкогольной продукцией в магазине «Podval Beer» по адресу: г. Челябинск, ул. Воровского, д. 15 «В».

Документы указывающие, что распространение рекламы прекращено, в материалах дела отсутствуют, в связи с чем Комиссия считает необходимым выдать предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства.

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 ненадлежащей рекламу со сведениями: «18+ Podval Beer. Употребление спиртных напитков вредит вашему здоровью. * Но это не точно», размещенную 16 мая 2018 года на фасаде здания по ул. Воровского, д. 15 В, поскольку в ней нарушены требования пункта 3 части 1 статьи 21, пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

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

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Челябинского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в отношении ИП <...>.

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

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии <...>

<...>