

ООО «Арена-Парк»

(ТЦ «Арена»)

пр. Павловский тракт, д. 188,

г.Барнаул, 656922

Заявителю

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 022/05/21-286/2019

Решение в полном объеме изготовлено 15 июля 2019 г. г.Барнаул

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

Председатель:

Б<...> – врио заместителя руководителя управления,

Члены Комиссии:

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

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

рассмотрев дело № 022/05/21-286/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространении на видеомониторе, размещенном в зале «Арена - Парк (Боулинг)» по адресу: г.Барнаул, Павловский тракт, д. 188 (ТЦ «Арена»), рекламы алкогольной продукции (пива), в которой усматриваются признаки нарушения п.6 ч.2 ст. 21, ч. 3 ст.21 и ч. 10.2 ст.5 Федерального закона «О рекламе»,

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рекламораспространителя - ООО «Арена - Парк», в лице представителя по доверенности Г<...> (доверенность №4 от 10.07.2019г.),

в отсутствие заявителя (уведомлен надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

17 мая 2019 года в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю поступило обращение гражданина РФ, направленное по подведомственности управлением Роскомнадзора по Алтайскому краю и Республике Алтай (вхд.№196398), поступившее в прокуратуру Алтайского края 13.04.2019г. в 15 часов 19 минут, о распространении на видеомониторе, размещенном в зале «Арена - Парк (Боулинг)» по адресу: г.Барнаул, Павловский тракт, д. 188 (ТЦ «Арена»), рекламы алкогольной продукции (пива) следующего содержания: «Акция при заказе 2 бокалов пива хайнекен закуска в подарок\*...» с

изображением двух бокалов, наполненных пенным напитком, на которых указан логотип «Heineken», в которой усматриваются признаки нарушения Федерального закона «О рекламе».

По результатам рассмотрения материалов заявления 30 мая 2019г. Алтайским краевым УФАС России возбуждено производство по делу № 022/05/21-286/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в отношении ООО «Арена - Парк». Рассмотрение дела назначено на 27.06.2019г.

27.06.2019г. Комиссией управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю принято определение об отложении рассмотрения дела №022/05/21-286/2019, в связи с отсутствием доказательств надлежащего уведомления ООО «Арена - Парк» о месте и времени рассмотрения дела. Рассмотрение дела назначено на 11.07.2019г.

10.07.2019г. заявителем в материалы дела были представлены фотографии рассматриваемой рекламной информации, сделанные 13.04.2019г. в 14 часов 49 минут на камеру мобильного телефона (вхд. №199237 от 10.07.2019г., вхд. №199304 от 11.07.2019), из которых следует, что в рекламе алкогольной продукции (пива «Heineken»), отсутствует какая – либо доступная для восприятия информация о том, что объектом рекламирования выступает именно безалкогольное пиво.

11.07.2019г. на заседании Комиссии представитель по доверенности ООО «Арена-Парк» Г<...> нарушение не признал, пояснив, что директором ООО «Арена-Парк» в целях привлечения посетителей боулинг-центра было принято решение о проведении акции, путем привлечения внимания удовлетворением потребностей посетителей в безалкогольных напитках и питании. В качестве закуски посетителям подавались гренки весом 110г. Рассматриваемая акция проводилась на основании Распоряжения №2 от 14.03.2019г. С указанным распоряжением под подпись были ознакомлены администраторы боулинг-центра. Рассматриваемое рекламное изображение, в виде заставки, было изготовлено Обществом самостоятельно. Реклама сопровождалась пометкой следующего содержания: «В акции участвует только безалкогольное пиво (0% алкоголя) пиво марки Хайнекен 18+», а также знаком (пиктограммой) «Безалкогольная продукция. 0% Алк.» Рассматриваемая акция проводилась с 20.03.2019г. по 20.04.2019г., с понедельника по четверг, по времени с 22:00 до 02:00ч. Администраторы боулинг-центра неукоснительно следили за тем, чтобы в акции участвовали только лица, достигшие возраста 18 лет. Кроме того, считают, что в материалах дела отсутствуют надлежащие доказательства, а именно фотографии, подтверждающие распространение рассматриваемой рекламной информации без пометки, указывающей на участие в акции только безалкогольной продукции (пива).

11.07.2019г. Комиссия, рассмотрев материалы дела и заслушав пояснения представителя ООО «Арена-Парк», дав им надлежащую оценку, пришла к следующим выводам.

На основании статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «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.

Обозначенная рекламная информация полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», является публичной, направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к алкогольной продукции (пиву «Heineken»), проводимой акции, способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их на рынке.

В силу статьи 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, коньяк), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

Согласно информации, размещенной на официальном сайте <https://heinekenrussia.ru/>, «Heineken»- является международным брендом пива класса «Премиум».

В рассматриваемой рекламе содержится информация: «Акция при заказе 2 бокалов пива хайнекен закуска в подарок\* ...» с изображением двух бокалов, наполненных пенным напитком, на которых указан логотип «Heineken» в черном цвете, что указывает на реализацию в зале «Арена - Парк (Боулинг)» алкогольной продукции (пива торговой марки «Heineken»).

Статьей 21 Федерального закона «О рекламе» установлены требования к рекламе алкогольной продукции.

Согласно п. 6 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться в детских, образовательных, медицинских, санаторно-курортных, оздоровительных, военных организациях, театрах, цирках, музеях, домах и дворцах культуры, концертных и выставочных залах, библиотеках, лекториях, планетариях и на расстоянии ближе чем сто метров от занимаемых ими зданий, строений, сооружений.

Согласно п. 7 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться в физкультурно-оздоровительных, спортивных сооружениях и на расстоянии ближе чем сто метров от таких сооружений.

В соответствии с ч. 10.2 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается распространение рекламы, содержащей информацию, запрещенную для распространения среди детей в соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", в предназначенных для детей образовательных организациях, детских медицинских, санаторно-курортных, физкультурно-спортивных организациях, организациях культуры, организациях отдыха и оздоровления детей или на расстоянии менее чем сто метров от границ территорий указанных организаций.

Согласно ст. 14 Федерального закона от 24.07.1998 N 124-ФЗ «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» органы государственной власти Российской Федерации принимают меры по защите ребенка от информации, пропаганды и агитации, наносящих вред его здоровью, нравственному и духовному развитию, в том числе от национальной, классовой, социальной нетерпимости, от рекламы алкогольной продукции и табачных изделий.

Антимонопольным органом установлено, что ТЦ «Арена» является многофункциональным торговым центром, в котором располагаются, в том числе, детские организации. В частности, согласно информации, размещенной на официальном сайте <http://trcarena.ru/products/object/1/product/150>, в центре развлечений «Арена – Парк» представлены: боулинг, бильярд, огромная игровая зона для детей, кафе, развлекательные аппараты, анимация и многое другое.

Кроме того, согласно официальному сайту <http://www.arena-park22.ru/bouling.html>, каждая дорожка боулинг-клуба развлекательного центра «Арена - Парк» снабжена автоматическими детскими бортиками, что однозначно предназначено и предполагает посещение боулинг-клуба несовершеннолетними лицами (детьми).

Согласно фотографии, представленной заявителем, рассматриваемый подвесной видеомонитор с транслируемой рекламой алкогольной продукции (пива) размещается в игровой зоне (дорожках) зала «Арена - Парк (Боулинг)», следовательно данная реклама доступна для обозрения посетителей, в том числе и несовершеннолетних лиц (детей).

Из информации, представленной Министерством спорта Алтайского края (вхд. №197482 от 07.06.2019г.), следует, что согласно Всероссийскому реестру видов спорта боулинг является видом спорта (номер-код 0630002511Я), относящимся ко второму разделу (виды спорта, развитие которых осуществляется на общероссийском уровне). В соответствии с п.19 ст. 2 Федерального закона от 04.12.2007 №329-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» спортивными мероприятиями являются спортивные соревнования, а также тренировочные мероприятия, включающие в себя теоретическую и организационные части, и другие мероприятия по подготовке к спортивным соревнованиям с участием спортсменов. Учитывая изложенное, отдельно проводимые на территории частных боулинг-центров мероприятия могут считаться спортивными.

Таким образом, частные боулинг-центры являются спортивными сооружением, на которых проводятся спортивные мероприятия.

Учитывая изложенное, рассматриваемая реклама нарушает п.6, п.7 ч.2 ст. 21 и ч. 10.2 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

Кроме того, согласно ч. 3 ст.21 Федерального закона «О рекламе» 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).

Данное требование применяется к любым способам распространения рекламы любой алкогольной продукции.

Рассматриваемая реклама алкогольной продукции (пива) распространяется без предупредительной надписи о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции, что указывает на нарушение требований установленных ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

В силу ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований ч.3 ст.21 Федерального закона «О рекламе» несет как рекламодатель, так и рекламодатель, ответственность за нарушение требований п.6, п.7 ч.2 ст. 21 и ч. 10.2 ст.5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

Согласно информации, представленной ООО «Маршрут» (вхд. №196799 от 21.05.2019г.), на основании договора аренды №Мр0000019 от 02.06.2015г. предпринимательскую деятельность в «Арена Парк (Боулинг)» осуществляет ООО «Арена - Парк» (ОГРН 1152223002975).

Таким образом, рекламодателем и рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Арена - Парк» (ОГРН 1152223002975).

На основании изложенного, Комиссией установлен факт нарушения ООО «Арена - Парк» п.6, п.7 ч.2, ч.3 ст. 21 и ч. 10.2 ст.5 Федерального закона «О рекламе», выразившегося в распространении ненадлежащей рекламы алкогольной продукции (пива).

Доводы ООО «Арена-Парк» о том, что в материалах дела отсутствуют надлежащие доказательства, а именно фотографии, подтверждающие распространение рассматриваемой рекламной информации без пометки, указывающей на участие в акции только безалкогольной продукции (пива), а также то, что рассматриваемая акция проводилась с 20.03.2019г. по 20.04.2019г., с понедельника по четверг, по времени с 22:00 до 02:00ч., что свидетельствует о том, что участниками акции были только лица, достигшие 18 лет, Комиссия отклоняет в силу следующего.

Согласно Письму ФАС России №СП/40322/16 от 15.06.2016г. использование в рекламе безалкогольного пива знака (пиктограммы) безалкогольного пива, по мнению специалистов ФАС России, может рассматриваться как один из элементов рекламного сообщения, свидетельствующих о природе объекта рекламирования в целях донесения до потребителей информации о рекламировании безалкогольного пива.

При этом, согласно Письму ФАС России от 19.09.2018г. №АК/75067/18 если распространяется реклама безалкогольного пива с использованием средств индивидуализации продукции (товарных знаков), используемых для обозначения, в том числе пива с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции или иной алкогольной продукции, и из рекламы четко не следует, что объектом рекламирования является именно безалкогольное пиво, то такая реклама должна соответствовать требованиям статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Федеральный закон «О рекламе» не содержит ограничений по распространению рекламы безалкогольных напитков.

При оценке рекламы безалкогольного пива следует исходить из доступности

восприятия в рекламе указания на то, что объектом рекламирования является именно безалкогольное пиво.

Согласно п. 28 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

Поэтому если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей

При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

На основании изложенного, указание на безалкогольный характер рекламируемого напитка (безалкогольного пива) должно быть доведено до потребителя рекламы четким и разборчивым текстом.

ООО «Арена-Парк», видеозапись рассматриваемой рекламы, транслируемой в зале «Арена - Парк (Боулинг)» 13.04.2019г., в материалы дела не представило.

Из представленного ООО «Арена-Парк» рекламного макета, следует, что в нижней части рассматриваемой рекламы содержатся неразборчивая надпись, очертания которой напоминают пометку о том, что в акции участвует только безалкогольное пиво, а также знак (пиктограмму) «Безалкогольная продукция. 0% Алк.».

Таким образом, в случае допущения формального размещения в нижней части рассматриваемой рекламы пометки о том, что объектом рекламирования выступает только безалкогольное пиво, Комиссия считает данную информацию в рекламе фактически отсутствующей, в связи с тем, что она не доведена до потребителей надлежащим образом, а именно доступным для прочтения и восприятия образом, в силу исполнения мелким, неразборчивым шрифтом.

Кроме того, согласно информации, размещенной на официальном сайте: <https://heinekenrussia.ru/>, отличительными признаками безалкогольной продукции пива марки «Heineken» является изображение логотипа, выполненного белыми буквами на синем цвете, с указанием градусов 0.0 %.

Также из материалов дела следует, что рассматриваемое заявление в прокуратуру Алтайского края гражданином РФ было направлено 13.04.2019г. в 15 часов 19 минут. Согласно календарю на 2019г. календарный год, 13.04.2019г. – день недели суббота.

Согласно фотографиям, представленным заявителем в материалы дела в качестве доказательства, реклама алкогольной продукции (пива) транслировалась 13.04.2019г. в 14 часов 49 минут (вхд. №199237 от 10.07.2019г., вхд. №199304 от

11.07.2019).

Таким образом, антимонопольным органом установлено, что рассматриваемая реклама алкогольной продукции (пива) транслировалась в зале «Арена - Парк (Боулинг)», в том числе в дневное время в выходной день, а не как утверждает представитель ООО «Арена-Парк», ссылаясь на распоряжение, о трансляции рекламной информации в ночное время и в будние дни (с понедельника по четверг с 22:00 до 02:00ч.), что свидетельствует о доступности рекламы для обозрения неопределенного круга посетителей, в том числе и несовершеннолетних лиц (детей).

В соответствии с п. 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, 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.

Доказательства, подтверждающие прекращение распространения ненадлежащей рекламы алкогольной продукции (пива) на видеомониторе, размещенном в зале «Арена - Парк (Боулинг)» по адресу: г.Барнаул, Павловский тракт, д. 188 (ТЦ «Арена»), в антимонопольный орган ООО «Арена-Парк» не представлено.

На основании изложенного, руководствуясь п.1 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пп.37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1.Признать рекламу алкогольной продукции (пива) следующего содержания: «Акция при заказе 2 бокалов пива хайнекен закуска в подарок\*...» с изображением двух бокалов, наполненных пенным напитком, на которых указан логотип«Heineken», распространенную ООО «Арена-Парк» на видеомониторе, размещенном в зале «Арена - Парк (Боулинг)» по адресу: г.Барнаул, Павловский тракт, д. 188 (ТЦ «Арена»), ненадлежащей, так как при ее размещении и распространении нарушено требование п.6, п.7 ч.2, ч.3 ст. 21 и ч. 10.2 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

2.Признать ООО «Арена-Парк» нарушившим требование п.6, п.7 ч.2, ч.3 ст. 21 и ч. 10.2 ст.5 законодательства Российской Федерации о рекламе.

3.Выдать ООО «Арена-Парк» предписание об устранении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Алтайского краевого УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении в отношении ООО «Арена-Парк» дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в суд в порядке, предусмотренном

законодательством Российской Федерации.

Председатель Комиссии: Б <...>

Члены Комиссии: К <...>

Г <...>