

Решение по делу №08-101/2017 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

ИП-08/13091 от 10.08.2017 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председателя Комиссии: <...>
<...>
Члены Комиссии: <...>
<...>

рассмотрев дело № 08-101/2017 по признакам нарушения части 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе») в отношении индивидуального предпринимателя <...> по факту распространения на территории г. Казани рекламы ряда алкогольной продукции, реализуемых в магазине «Бочонок» (Казань, ул. Кул Гали, 24),

в присутствии представителя ООО «Премьер – Ритейл» по доверенности – <...>,

в присутствии ИП <...>,

УСТАНОВИЛА:

Татарстанским УФАС России в ходе осуществления в соответствии с пунктом г) части 2 Положения о государственном надзоре в области рекламы, утвержденного постановлением Правительства РФ от 20.12.2012 N 1346 наблюдения за исполнением органами государственной власти, органами местного самоуправления, юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями деятельности обязательных требований, установленных Законом о рекламе, установлен факт распространения в подъездах г. Казани по адресу: ул. Кул Гали, 24, 26 следующей рекламы алкогольной продукции, реализуемых в магазине «Бочонок» (Казань, ул. Кул Гали, 24).

Указанная реклама содержит признаки нарушения части 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

В связи с указанными обстоятельствами Татарстанским УФАС России было возбуждено дело №08-101/2017 (исх. № ИП-08/8411 от 25.05.2017г.).

Определением об отложении рассмотрение дела было назначено на 12.07.2017г.

В указанную дату на заседание Комиссии явился представитель ООО «Премьер – Ритейл» по доверенности – <...>, ИП <...> представили необходимые для объективного рассмотрения дела документы и материалы,

Комиссия, изучив имеющиеся материалы дела № 08-101/2017, заслушав пояснение участника по делу, приходит к следующим выводам.

К основным направлениям государственного контроля в сфере производства,

размещения и распространения рекламы относятся предотвращение и пресечение ненадлежащей рекламы, способной ввести потребителей рекламы в заблуждение или нанести вред здоровью граждан.

Отношения в сфере рекламы независимо от места ее производства, если распространение рекламы осуществляется на территории Российской Федерации, регулируются Законом о рекламе.

Как установлено из установочных данных рекламного материала, реклама алкогольной продукции размещена на рекламном буклете.

Как следует, из вышеуказанных рекламных материалов в них содержатся реклама алкогольных напитков (пиво).

В пункте 1 статьи 3 Закона о рекламе дано понятие рекламы — 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.

В пункте 2 статьи 3 Закона о рекламе дано понятие объекта рекламирования — это 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.

Пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе определено, что товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Таким образом, целью рекламы является не просто продвижение соответствующего товара (работы, услуги), а доведение до потребителя всех необходимых сведений, способных вызвать у ее потребителя правильное (неискаженное) представление об объекте рекламирования.

Реклама алкогольных напитков (пиво), распространявшаяся в виде рекламных листовок в подъезде домов, направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования – магазину разливного пива «Бочонок», продукции, реализуемой магазином «Бочонок» - разливному пиву, формирование и поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке.

В данном случае рассматриваемая реклама, направлена именно на привлечение внимания, на формирование интереса у неопределенного круга лиц к товарам - алкогольным напиткам (пиво), реализуемых в магазинах «Бочонок».

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Федерального Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации является ненадлежащей.

В соответствии с частью 2.1 статьи 21 Федерального закона "О рекламе" 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, из имеющегося рекламного материала не следует, что данный рекламный материал распространялся только в стационарных торговых объектах «Бочонок магазин «Продукты», в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции. По мнению Управления, данный рекламный материал мог распространяться вне стационарного торгового объекта, ввиду его формата и изготовления.

На основании вышеизложенного, Комиссия приходит к выводу, что вышеуказанная реклама алкогольных напитков (пиво) объемная доля содержания этилового спирта, в которых превышает более 5%, реализуемых в магазинах «Бочонок», распространяемая на территории г. Казани Республики Татарстан, путем распространения листовок (рекламных проспектов) нарушает часть 2.1 статьи 21 Закона «О рекламе», в части распространения рекламы алкогольных напитков (пиво) объемная доля содержания этилового спирта, в которых превышает более 5% на территории г.Казани Республики Татарстан.

Из положений части 7 статьи 38 закона о рекламе следует, что за нарушение требований, установленных частью 2.1 статьи 21 Закона о рекламе несет ответственность рекламораспространитель.

Из представленных ответчиками документов следует, что ИП Николаев И.А. осуществлял свою торговую деятельность под названием «Бочонок» (отдел разливных напитков) на основании договора аренды от 01.02.2017г.

В данном случае, с учетом, того что рассматриваемая реклама алкогольных напитков (пиво) объемная доля содержания этилового спирта, в которых превышает более 5% размещена на листовках «Бочонок», следовательно рекламораспространителем является ИП <...>.

В письменных пояснениях (Вх.№ 12288 от 12.07.2017г.) ИП <...> сообщил: «... при открытии отдела разливных напитков в целях привлечения клиентов, были расброшены листовки в домах по ул. Кул Гали, д.24,26 ...».

С учетом того, что в материалах дела отсутствуют доказательства, подтверждающие прекращение нарушения законодательства о рекламе, Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи ИП <...> предписания об устранении нарушения Закона «О рекламе».

Руководствуясь пунктом 2 части 1 и частью 2 статьи 33, частью 1, 2, 3, 4, 6 и 7 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 - 43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

Признать ненадлежащей, распространяемую и размещенную индивидуального предпринимателя <...> рекламу алкогольных напитков – пива, путем размещения на рекламных буклетах не соответствующей требованиям части 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе», в части рекламирования алкогольной продукции – пива, реализуемого в магазине (заведении) «Пивная

бочка».

Выдать <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно о прекращении распространения и размещения рекламных буклетов, рекламу алкогольной продукции – пива.

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Татарстанского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Решение может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня его принятия в арбитражный суд.

Примечание. За невыполнение в установленный срок законного решения антимонопольного органа статьей 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Председатель Комиссии: <...>

<...>

Члены Комиссии:

<...>