

РЕШЕНИЕ

по делу № 4-05/66

27 июня 2016 года

г. Хабаровск

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

Председатель Комиссии:

<...>. – врио руководителя управления.

Члены Комиссии:

<...>– начальник отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

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

рассмотрев дело № 4-05/66 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения ООО «Бис» рекламы, нарушающей пункта 1 части 1, пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе»,

в отсутствие представителя ООО «Бис», надлежащим образом уведомленного о месте, дате и времени рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

В Хабаровское УФАС России поступило обращение гр. *, переданное из Управления Роспотребнадзора по Хабаровскому краю, о распространении ненадлежащей рекламы пивного бара «Баварский дворик» в г. Комсомольск-на-Амуре по адресу пр. Ленина, д. 28, следующего содержания: «Баварский дворик. Здесь хорошие люди пьют хорошее пиво! Разливная вкуснота. Рыба и другие няшки. Бесплатный Wi-Fi. Пр. Ленина, 28. Вход со двора».

В заявлении указано, что аналогичная рекламная конструкция расположена в г. Комсомольск-на-Амуре, пр. Ленина между домами 26 и 28.

Согласно п. 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама - 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.

Под объектом рекламирования подразумевается товар, средство индивидуализации, 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 (п.2 ст.3 Закона «О рекламе»).

Рекламная конструкция расположена на бетонной колонне забора, отгораживающего здание, в котором расположен пивной бар «Баварский дворик».

Рекламная информация формирует интерес к пивному бару «Баварский дворик» и к реализуемой им алкогольной продукции (пиву).

Таким образом, данная рекламная конструкция подпадает под признаки рекламы.

На основании ч. 4 статьи 2 ФЗ «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 распространены специальные требования и ограничения.

Учитывая специфику данного предприятия общественного питания, как пивного бара с широким ассортиментом пива, данная информация является рекламой продавца алкогольной продукции и непосредственно алкогольной продукции.

Следовательно, с учетом положений части 4 статьи 2 Закона «О рекламе» данная реклама должна соответствовать требованиям Федерального закона «О рекламе», предъявляемым к рекламе алкогольной продукции.

Согласно пункту 5 части 2 статьи 21 названного Закона 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.

Таким образом, размещение рекламы пивного бара «Баварский дворик» с помощью наружных рекламных конструкций нарушает требование пункта 5 части 2 статьи 21 «О рекламе».

Кроме того, слово «вкуснота», употребляемое в вышеуказанной рекламе имеет значение, как что-либо вкусное, приносящее удовольствие при еде (ж. разг., Современный толковый словарь русского языка Ефремовой).

На основании лексического значения слова «эмоции», приведенного в Большом толковом словаре русского языка, к признакам улучшения эмоционального состояния могут быть отнесены фрагменты текста и элементы изображения,

которые свидетельствуют о субъективных реакциях человека на воздействие внешних раздражителей, проявляющихся в виде радости и удовольствия.

Словосочетание «разливная вкуснота» совместно с изображением пивной кружки в контексте данной рекламы воспринимаются потребителем как возможность приобрести в пивном баре «Баварский дворик» вкусное разливное пиво, которое принесет удовольствие при его употреблении.

В соответствии с пунктом 1 части 1 статьи 21 запрещается реклама алкогольной продукции, которая содержит утверждение о том, что употребление алкогольной продукции имеет важное значение для достижения общественного признания, профессионального, спортивного или личного успеха либо способствует улучшению физического или эмоционального состояния.

На основании части 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований пункта 1 части 1 статьи 21 закона несет рекламодатель.

На основании части 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований пункта 5 части 2 статьи 21 закона несет рекламораспространитель.

Установлено, что рекламораспространителем и рекламодателем является ООО «Бис» (ИНН 2703019898, место нахождения: 681000, г. Комсомольск-на-Амуре, пр. Ленина, д. 28, пом. 1005), осуществляющее деятельность по адресу г. Комсомольск-на-Амуре, пр. Ленина, 28, в интересах которого распространяется вышеуказанная реклама.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1,2 статьи 36 Федерального Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу: «Баварский дворик. Здесь хорошие люди пьют хорошее пиво! Разливная вкуснота. Рыба и другие няшки. Бесплатный Wi-Fi. Пр. Ленина, 28. Вход со двора», поскольку в ней нарушены требования пунктов 1, 20 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. ООО «Бис» обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе не выдавать в связи с добровольным устранением нарушения.

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

Решение изготовлено в полном объеме 27 июня 2016 года.

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