

РЕШЕНИЕ

28 января 2016 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: <...> – руководитель,

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

отдела контроля за рекламой и

недобросовестной конкуренцией;

<...>, специалист-эксперт

отдела контроля за рекламой и

недобросовестной конкуренцией,

рассмотрев дело № 90-08/2015, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя <...> (далее – ИП <...>) по факту распространения рекламы, в которой присутствуют сведения «Бухен хауз» и изображение процесса потребления алкогольной продукции с признаками нарушения пункта 3 части 5 статьи 5 и пункта 1 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»,

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства, ИП<...> ,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее – Челябинское УФАС России) поступило обращение Управления наружной рекламы и информации Администрации города Челябинска об оценке информации, размещенной на конструкции, принадлежащей магазину разливного пива «Бухен хауз», расположенной по адресу: г. Челябинск, ул. Академика Королева, д. 27 на предмет отнесения её к непристойной рекламе.

Специалистами Челябинского УФАС России 06 октября 2015 года осуществлен осмотр информации, по указанному в обращении адресу, о чем составлен акт осмотра. В ходе осмотра установлено, что на первом этаже здания, расположены два объекта торговли, имеющие один общий вход с улицы. Над входом размещена конструкция со сведениями «Продуктовый магазин Клен». Справа от входа на фасаде размещены плакаты со сведениями: «Бухен хауз Первая пивная лавка», а также изображение бочки, людей, кружек с пенным напитком. При входе внутрь каждый торговый объект имеет свою входную дверь. На одной из входной двери размещен плакат со сведениями: «Бухен хауз 24 часа». В данном торговом объекте уголок покупателя отсутствует.

По данным программы «2 ГИС.Челябинск» угловой жилой дом с административными помещениями на пересечении улиц Бр. Кашириных и Академика Королева имеет адрес: г. Челябинск, ул. Братьев Кашириных, д. 160 и г. Челябинск, ул. Академика Королева, д. 27.

В целях осуществления государственного контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе и установления лица, осуществляющего торговую деятельность в магазине «Бухен хауз Первая пивная лавка» специалистами Челябинского УФАС России 09 ноября 2015 года в указанном магазине приобретен товар – чипсы. Согласно кассовому чеку адрес магазина «Бухен хауз»: г. Челябинск, ул. Братьев Кашириных, д. 160. Деятельность в указанном магазине осуществляет ИП <...>

Челябинским УФАС России в отношении ИП <...> возбуждено дело по признакам нарушения пункта 3 части 5 статьи 5 и пункта 1 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»,

ИП <...> в объяснениях указала, что при изготовлении рекламы воспользовалась информацией, размещенной в свободном доступе в сети «Интернет» и указала сведения «Бухен хауз». 11 ноября 2015 года после выхода сюжета на телеканале «СТС» о рекламе её магазина «Бухен хауз» удалила информацию и 13 ноября 2015 года разместила рекламу со сведениями «Бочонок» и изображением еды на фоне образов людей. ИП Кривошекова А.Е. пояснила, что реализует пивную продукцию в данном магазине, услуги заведения общественного питания не предоставляет.

Рассмотрев заявление и материалы дела, заслушав доводы ИП Кривошековой А.Е. Комиссия приходит к следующим выводам.

В городе Челябинске по адресу: ул. Братьев Кашириных, д. 160/ул. Академика Королева, д. 27 на фасаде здания магазина, осуществляющего реализацию пивной продукции, размещены плакаты со сведениями: «Бухен хауз Первая пивная лавка», а также изображением бочки, людей, кружек с пенным напитком.

Данный факт подтверждается актом осмотра от 06 октября 2015 года, составленным специалистами Челябинского УФАС России.

В указанном магазине деятельность осуществляет ИП <...>, что подтверждается договором аренды нежилого помещения от 26 мая 2015 года, заключенным между ИП <...> и гр- ном <...>

Согласно пункту 1.1. договора Арендодатель предоставляет Арендатору во временное пользование нежилое помещение № 6 по адресу: г. Челябинск, ул. Бр. Кашириных, д. 160.

Федеральный закон «О рекламе» определяет рекламу как информацию, направленную на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Присутствующая на лицевом фасаде здания по адресу: г. Челябинск, ул. Братьев Кашириных, д. 160 информация «Бухен хауз Первая пивная лавка» с изображением бочки, людей, кружек с пенным напитком является рекламой данного торгового объекта.

Пунктом 3 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» установлен запрет на демонстрацию в рекламе процесса потребления алкогольной продукции. При этом запрет на демонстрацию процесса потребления алкогольной продукции распространяется не только на рекламу алкогольной продукции, но и на рекламу иных объектов рекламирования и социальную рекламу, если в ней содержится информация, формирующая интерес к определенному лицу, товару и способствующая продвижение его на рынке.

К признакам демонстрации процесса потребления алкогольной продукции, в первую очередь, относится показ в рекламе человека, пьющего алкогольную продукцию, держащего в руках бокал, стакан, кружку и т.п. с алкогольной продукцией, открытую бутылку, бочку, пакет, банку для алкогольной продукции. (Постатейный комментарий к Федеральному закону «О рекламе» авторы: Бадалов Д.С., Василенкова И.И., Карташов Н.Н., Котов С.Ф., Никитина Т.Е.).

Присутствующие в рекламе изображения людей, держащих во рту кружки с пенным напитком воспринимаются как демонстрация процесса употребления алкогольной продукции, в связи с чем, реклама нарушает пункт 3 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с пунктом 1 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», в рекламе не допускается использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации.

Согласно немецко-русскому словарю, размещенному по ссылке <http://www.вокабула.рф/%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D0%B8/%D0%BD%D1%80%D1%81/> слово «buchen» в переводе с немецкого означает бронировать, заказывать, а слово «house» – дом.

В рассматриваемом случае реклама содержит иностранные слова (выражения), которые выполнены в русской транскрипции, а именно «Бухен хауз».

В русском языке слова и словосочетание «Бухен хауз» отсутствуют.

В то же время в русском языке употребляется множество синонимов к словам и фразам «алкоголь» и «употребление алкоголя», схожих по звучанию со словом «бухен».

Таким образом, словосочетание «Бухен хауз» может восприниматься в значении «употребление

алкогольной продукции».

Использование данного словосочетания в рекламе искажает смысл изложенной информации, поскольку в совокупности с изображением процесса употребления алкогольной продукции воспринимается негативно в значении «распитие алкогольной продукции» в данном заведении (доме).

Как следует, из объяснений ИП <...> услуги заведения общественного питания в магазине не оказываются.

Поскольку присутствующее в рекламе словосочетание «Бухен хауз» воспринимается как иностранное выражение, которое приводит к искажению смысла информации, реклама нарушает пункт 1 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Комиссия отмечает, что при вынесении решения приняты во внимание результаты интерактивного опроса, проведенного Челябинским УФАС России.

Так, в целях выяснения общественного мнения Челябинским УФАС России проведен опрос с 10 ноября 2015 года по 17 ноября 2015 года на сайте www.chel.fas.gov.ru по следующим вопросам:

Считаете ли Вы, что в данной рекламе демонстрируется процесс употребления алкогольной продукции?

Считаете ли Вы словосочетание «Бухен хауз» иностранным выражением?

Может ли словосочетание «Бухен хауз» используемое в рекламе, восприниматься в значении «употреблять спиртные напитки»?

По итогам опроса 60 % опрошенных ответили, что в данной рекламе демонстрируется процесс употребления алкогольной продукции. 48 % опрошенных считает, что словосочетание «Бухен хауз» является иностранным выражением. 62 % опрошенных указали, что словосочетание «Бухен хауз» используемое в рекламе, может восприниматься в значении «употреблять спиртные напитки».

Также посетителям сайта www.chel.fas.gov.ru было предложено направить на электронную почту Челябинского УФАС России to74@fas.gov.ru ответ на следующий вопрос «Что, по Вашему мнению, означает словосочетание «Бухен хауз»».

На электронную почту Челябинского УФАС России поступило 14 ответов, в которых высказано мнение о том, что словосочетание «Бухен хауз» означает «Дом, где пьют» либо «Дом для употребления алкоголя».

Комиссия считает, что результаты интерактивного опроса, проведенного Челябинским УФАС России, а также письменные мнения, поступившие от посетителей сайта являются доказательствами того факта, что респонденты воспринимают данную рекламу как ненадлежащую.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» за нарушение требований пункта 3 части 5 статьи 5, пункта 1 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» предусмотрена ответственность рекламодателя.

Согласно статье 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем указанной рекламы следует признать ИП Кривошекову А.Е., как продавца товаров в магазине, использующего коммерческое обозначение «Бухен хауз Первая пивная лавка».

Согласно пункту 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе при добровольном устранении лицом совершенного нарушения антимонопольный орган вправе не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

В связи с тем, что размещение рекламы со сведениями «Бухен хауз» и демонстрацией процесса употребления алкогольной продукции прекращено 13 ноября 2015 года, что подтверждается фотоматериалами, представленными ИП <...>, необходимость в выдаче предписания о прекращении нарушения законодательства РФ отсутствует.

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,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей, размещенную 06 октября 2015 года в городе Челябинске по адресу: ул. Бр. Кашириных, д. 160, рекламу, в которой:

присутствует демонстрация процесса потребления алкогольной продукции, что нарушает пункт 3 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»;

содержатся сведения «Бухен хауз», воспринимаемые как иностранное выражение, приводящие к искажению смысла информации, нарушающие пункт 1 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать.

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.

Решение изготовлено в полном объеме 28 января 2016 года.