

РЕШЕНИЕ

по делу № 08-04-17/14

14 июля 2017 года

г. Мурманск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

Председателя комиссии – заместитель руководителя управления – Попова Ирина Николаевна;

Членов комиссии: начальник отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Коптев А.С., главный специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Мороз С.В.,

рассмотрев дело № 08-04-17/14 от 30.06.2017 по признакам нарушения Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ в отсутствие представителя ИП Джаббаров Наила Балакиши Оглы(уведомлен надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА

В адрес антимонопольного органа 25.05.2017 года обратился гражданин по факту распространения рекламы пива «Оболонь» в виде наружной рекламы по адресу: <...> с приложением фотографий рекламы.

По мнению гражданина, реклама пива «Оболонь» размещена в нарушении пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе, а именно 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 со статьей 3 Закона 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;

объект рекламирования – 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;

товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот;

рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее

объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;

рекламораспространитель лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств;

ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации;

Согласно пункту 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 N 171-ФЗ "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей 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.

В статье 21 Федерального закона "О рекламе" содержатся требования, предъявляемые к рекламе алкогольной продукции.

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 силу части 3 статьи 21 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).

Сотрудники Мурманского УФАС России 25.05.2017г выехали к месту размещения рекламы, зафиксировали рекламу и составили акт осмотра рекламы в присутствии понятых.

от 30.06.2017 № 08-04-17/14/2265 рассмотрение дела по признакам нарушения рекламного законодательства в отношении ИП Джаббарова Н.Б.О. было назначено на 14.07.2017г, предприниматель уведомлен надлежащим образом. Определение получено им по двум адресам, о чем свидетельствует отчет об отслеживании отправок(183038112147086 и 18303812147093). На рассмотрение дела № 08-04-017/14 ИП Джаббаров Н.Б.О. не явился, представителя не направил.

В ходе рассмотрения дела комиссией Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе были изучены: рекламные плакаты, акт осмотра рекламы, письменное объяснение и учредительные документы ИП Джаббарова Н.Б.О.

Согласно акту осмотра рекламы,<...>, с торцевой стороны здания пристроено

помещение, в котором находится кафе. На наружной стене кафе размещены плакаты размером 60х80 с изображением пивной бутылки, наполненной цветами хмеля. Бутылка содержит надпись: « «Оболонь», светлое Original Ukrainian beer Высококачественный продукт». В верхнем углу плаката надпись: «Качество проверенное временем», в нижней части надпись: «ОБОЛОНЬ». Плакат не содержит предупредительную надпись о вреде чрезмерного употребления алкогольной продукции, требуемой частью 3 статьи 21 Закона о рекламе.

Вместе с тем, комиссия Мурманского УФАС России зафиксировала плакат, размещенный на стене, слева от входа в заведение, размером 50х70 с изображением пивной банки «FAXE PREMIUM VIKING» специальная цена в кинотеатрах с 29 декабря», в нижней части плаката имеется предупредительная надпись о вреде чрезмерного употребления алкоголя. А также плакат размером 1,0х1,1 с рекламой алкогольной продукцией, размещенный на входной двери и обращенный наружу. Плакат, фоном которого служат колосья, а на переднем плане изображен стилизованный пивной бокал, со стекающим пенным напитком содержит надпись: «Пивоваренный завод г. Курск «Чешский лев», в правой части плаката имеются логотипы различных марок пива «светлое», «жигулевское», «барное», «живое», «темное», «эль», в нижней части предупредительная надпись и пиктограмма 18+.

Рекламные плакаты с алкогольной продукцией размещались на внешних стенах строения и были направлены в сторону пешеходной и проезжей части, т.е. привлекали внимание неопределенного круга лиц.

Установлено, что в г. Мурманске в кафе на ул. Книповича, д.29 осуществляет деятельность индивидуальный предприниматель Джаббаров Наил Балакиши Оглы (ИНН 519057624183, ОГРНИП 314519034300067 от 09.12.2014, <...>).

Из выписки ЕГРИП следует, что основной деятельностью ИП Джабарова Н.Б.О. является деятельность ресторанов и услуг по доставке питания (56.10).

письменному объяснению предпринимателя, рекламные плакаты, полученные от поставщиков пива, он разместил самостоятельно на внешних стенах здания кафе, не подозревая, что нарушает рекламное законодательство. ИП Джабарова Н.Б.О. сообщает, что правонарушение совершил не умышленно и впервые, кроме того, рекламные плакаты были демонтированы им 24.05.2017г (представлены фотографии).

Комиссия учла пояснения предпринимателя, проанализировав в совокупности содержание рекламы, форму её представления и место расположение, пришла к следующему выводу.

Рассматриваемая реклама содержит все юридические признаки рекламы размещенная на внешней стене здания по периметру кафе, тем самым привлекает внимание неопределенного круга лиц к объектам рекламирования.

Объектами рекламирования в рассматриваемой рекламе являются:

- кафе (рекламам размещена в месте продажи алкогольной продукции);

- пиво (реклама содержит конкретные наименования и марки пива Оболонь», «FAXE PREMIUM VIKING», «Чешский лев» («светлое», «жигулевское», «барное», «живое»,

«темное», «эль»).

Реклама формирует и поддерживает интерес потребителя к продукции и услугам реализуемым ИП Джабаровым Н.Б.О. в кафе по <...>, тем самым продвигает его услуги и товары на рынке.

В рекламе пива «Оболонь» отсутствует предупредительная надпись о вреде чрезмерного употребления пива, требуемая законодательством.

В отношении рекламы алкогольной продукции законодательством установлены специальные требования и ограничения (пункт 5 части 2 статьи 21 и части 3 статьи 21 Закона о рекламе), а именно реклама алкогольной продукции:

- не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения, монтироваться на конструктивном элементе здания;

- реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления алкоголя.

Комиссией установлено и предпринимателем не оспаривается, что реклама алкогольной продукции: «Оболонь», светлое Original Ukrainian beer «Высококачественный продукт» и «FAXE PREMIUM VIKING», «Чешский лев» («светлое», «жигулевское», «барное», «живое», «темное», «эль») была им размещена 24.05.2017г на наружных стенах здания <...> и в некоторых случаях не содержала предупредительной надписи о вреде чрезмерного употребления алкогольной продукции.

изложенное, Комиссия признала рекламу пивной продукции, размещенной 25.05.2017г на наружных стенах кафе в <...> ненадлежащей, и не соответствующей требованиям пункта 5 части 2 статьи 21 и части 3 статьи 21 Закона о рекламе.

В соответствии со статьей 38 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ ответственность за нарушение пункта 5 части 2 статьи 21 несет рекламодатель, за нарушение части 3 статьи 21 ответственность возложена как на рекламодателя, так и на рекламодателя.

Рекламодателем и рекламодателем является индивидуальный предприниматель Джабаров Наил Балакиши Оглы (ИНН 519057624183, ОГРНИП 314519034300067 от 09.12.2014,<...>)

Руководствуясь пунктом 2 части 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, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

Признать распространенную 25.05.2017г на наружных стенах кафе <...>: «Оболонь», светлое Original Ukrainian beer «Высококачественный продукт. Качество проверенное временем» ненадлежащей, и не соответствующий требованиям пункта 5 части 2 статьи 21 и части 3 статьи 21 Закона о рекламе; рекламу: «FAXE

PREMIUM VIKING», «Чешский лев»(«светлое», «жигулевское», «барное», «живое», «темное», «эль») ненадлежащей, и не соответствующий требованиям пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

Предписание не выдавать в связи с устранением правонарушения до рассмотрения дела.

Резолютивная часть решения объявлена 14 июля 2017 года.

Решение в полном объеме изготовлено 14 июля 2017 года.

Решение может быть обжаловано в суд (арбитражный суд) в течение трех месяцев со дня изготовления решения в полном объеме.

Председатель комиссии: И.Н. Попова

Члены комиссии: А.С. Коптев

С.В. Мороз