

ИП М

667000, Республика Тыва, г. Кызыл,

667000, Республика Тыва, г. Кызыл,

Магазин «Beer Wharf»

РЕШЕНИЕ

по делу № 04-04-02/23-17

21 августа 2017 года г. Кызыл

Резолютивная часть решения объявлена 17 августа 2017 года

Решение изготовлено в полном объеме 21 августа 2017 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Тыва (далее - Тывинское УФАС России) по рассмотрению дела № 04-04-02/23-17 по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

Хаджиев Ф.А. – руководитель Тывинского УФАС России,

Члены Комиссии:

Кыргыс А.В. – начальник отдела антимонопольного контроля и рекламы Тывинского УФАС России,

Орус-оол Е.А. – специалист – эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы Тывинского УФАС России,

в отсутствие надлежащим образом извещенного Индивидуального предпринимателя М (расписка от 16.08.2017 года),

рассмотрев дело № 04-04-02/23-17, возбужденное в отношении Индивидуального предпринимателя М (далее – М.) (ИНН 171101017306, ОГРНИП 316171900061520), адрес места жительства: 667000, Республика Тыва,; адрес осуществления предпринимательской деятельности: 667000, Республика Тыва, по признакам нарушения пункта 6 части 1, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

По результатам проведенного Тывинским УФАС России мониторинга наружной рекламы на предмет соответствия требованиям Закона о рекламе, распространяемых на территории г. Кызыла, выявлено распространение рекламы, размещенной на баннере, установленном возле входа в магазин «Beer Wharf» на фасаде здания, находящегося по адресу: г. Кызыл, ул. Титова, д. 5 следующего содержания:

«Пивной магазин; Разливное пиво; всегда свежее; холодные пенные напитки;

чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью»,

с использованием изображений деревянных бочек, кружек, наполненных желтыми пенными напитками и образа скачущей лошади.

По результатам проведенного мониторинга составлен акт осмотра наружной рекламы от 10.07.2017 года.

По данному факту приказом Тывинского УФАС России от 21.07.2017 года № 271 возбуждено дело № 04-04-02/23-17 в отношении ИП М. по признакам нарушения пункта 6 части 1, части 3 статьи 21 Закона о рекламе.

Определением Тывинского УФАС России от 21.07.2017 года у ИП М. были запрошены сведения и документы по существу рассматриваемого дела № 04-04-02/23-17.

В адрес Тывинского УФАС России 16.08.2017 года (вх. № 3502) ИП М. представлены копии следующих документов: договор аренды нежилых помещений № 3 от 01.04.2017 года, паспорт М., свидетельство о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя серии № , свидетельство о постановке на учет физического лица в налоговом органе серии № .

Комиссия Тывинского УФАС России, исследовав материалы дела № 04-04-02/23-17, изучив предоставленные документы лица, участвующего в рассмотрении дела, приходит к следующим выводам.

Статья 3 Закона о рекламе, понимает под рекламой информацию, распространенную любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованную неопределенному кругу лиц и направленную на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Под объектом рекламирования подразумевается товар, средство его 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.

Вышеназванная информация содержит все признаки рекламы:

- распространена с использованием рекламного баннера;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- вызывает у потребителей ассоциацию с определенным товаром (пивом);
- содержит графические изображения и словесные выражения об алкогольной продукции: «Пивной магазин; Разливное пиво; Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью»;
- объектом рекламирования является алкогольная продукция, реализуемая в магазине «Beer Wharf», расположенном по адресу: г. Кызыл, ул. Титова, д. 5.

В рассматриваемом случае для привлечения внимания и поддержания интереса к товару использовано изображения деревянных бочек, кружек, наполненных желтыми пенными напитками и образа скачущей лошади.

В силу части 11 статьи 5 Закона о рекламе при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации.

Статья 21 Закона о рекламе устанавливает специальные требования к рекламе алкогольной продукции. При этом данная статья содержит как требования, предъявляемые к рекламе любой алкогольной продукции, так и специальные требования, предъявляемые к рекламе алкогольной продукции отдельных категорий.

К таким отдельным категориям алкогольной продукции статья 21 Закона о рекламе относит:

- пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива,
- вино и игристое вино (шампанское), произведенные в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда,
- алкогольная продукция с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции.

Соответственно, нормы, устанавливающие требования к рекламе алкогольной продукции указанных категорий, являются специальными по отношению к общим нормам, установленным для рекламы алкогольной продукции.

Согласно статье 2 Федерального закона от 22.11.1995 года № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» под алкогольной продукцией понимается 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.

Кроме того, статья 21 Закона о рекламе не содержит исключений из требований к содержанию рекламы алкогольной продукции для алкогольной продукции отдельных категорий. Соответственно, требования пункта 6 части 1 статьи 21 Закона о рекламе распространяются на рекламу любой алкогольной продукции, в том числе на рекламу пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда, алкогольную продукцию с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции.

Комиссия Тывинского УФАС России приходит к выводу, что в рассматриваемом случае ИП М. осуществляется реклама пива, что подтверждается изображением на баннере кружками, наполненными желтыми пенными напитками, вызывающих

ассоциацию с пивом, с указанием следующего содержания: «разливное пиво, всегда свежее», «пивной магазин», «чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью», а также использованный образ лошади исполнен в желтом цвете, характерным для пива.

Более того, наименование магазина «Beer Wharf» (перевод с англ. яз. – пивная набережная) позволяет индивидуализировать торговый объект как магазин, реализующий алкогольную продукцию - пиво.

В соответствии с пунктом 6 части 1 статьи 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

Согласно 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).

В нарушение пункта 6 части 1 статьи 21 Закона о рекламе в рассматриваемой рекламе использован образ лошади.

В рассматриваемой рекламе алкогольной продукции, распространенной на фасаде магазина «Beer Wharf», присутствует предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции, однако размер этого предупреждения составляет менее 10% от общей площади рекламного пространства, что противоречит требованиям части 3 статьи 21 Закона о рекламе.

Расчет произведен, исходя из следующего:

$3,8 \times 100 / 42,64 = 8,9 \%$ от общего рекламного пространства, где 3,8 см - объем предупреждения, а 42,64 см - общий объем рекламной площади (рекламного баннера).

Комиссия Тывинского УФАС России по рассмотрению настоящего дела наряду с вышеизложенным установила, что реклама, распространяемая с правой стороны от входа в магазин «Beer Wharf» размещена на фасадной части здания магазина.

Пункт 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе устанавливает специальные требования к рекламе алкогольной продукции, в частности предусматривает запрет на размещение рекламы алкогольной продукции 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.

Согласно письму ФАС России от 28.04.2011 года № АК/16266 «О некоторых вопросах применения законодательства о рекламе», к числу технических средств стабильного территориального размещения относятся щиты, стенды, строительные сетки, перетяжки, электронные табло, воздушные шары, аэростаты и иные объекты, монтируемые и располагаемые на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта.

При этом определяющим признаком для отнесения той или иной конструкции-

рекламоносителя к числу технических средств стабильного территориального размещения, по смыслу статьи 19 Закона о рекламе, является расположение конструкции стационарно, то есть прочно связан с землей, зданиями, строениями и сооружениями (т.е. объектами недвижимого имущества) и невозможность перемещения и изменения положения в пространстве присоединенной к конструкции рекламы.

Таким образом, 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

Поскольку рассматриваемая реклама размещена на фасадной части здания магазина, данный факт свидетельствует о нарушении пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

В целях выявления лица, в действиях которого имеются признаки нарушения требований Закона о рекламе, была произведена покупка товара, что подтверждается товарным чеком от 10.07.2017 года.

Согласно товарного чека от 10.07.2017 года лицом, осуществляющим деятельность по реализации алкогольной продукции, является ИП М..

Согласно договора аренды нежилых помещений № 3 от 01.04.2017 года нежилое помещение, расположенное в здании (сооружении) по адресу: Республика Тыва, г. Кызыл, ул. Титова, д. 5, литер Б, Б1, А2 были переданы Обществом с ограниченной ответственностью «Единство» за плату во временное пользование ИП Монгуш А.М.

Согласно выписке из Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей, основным видом экономической деятельности ИП М является подача напитков.

Законом о рекламе определены понятия «рекламодатель», «рекламораспространитель» и «рекламопроизводитель». В соответствии с пунктами 5 - 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно статьи 38 Закона о рекламе за нарушение пункта 6 части 1, пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Закона о рекламе ответственность несет рекламодатель.

Принимая во внимание вышеизложенное, на основании материалов дела № 04-04-02/23-17, Комиссия Тывинского УФАС России приходит к выводу, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП М., в действиях которого содержится нарушение пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

В материалах дела № 04-04-02/23-17 отсутствуют доказательства прекращения нарушения законодательства о рекламе ИП М., в связи с чем, Комиссия Тывинского УФАС России по рассмотрению настоящего дела приходит к выводу о

необходимости выдачи ИП М. предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании изложенного, руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «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 Российской Федерации от 17.08.2006 года № 508, Комиссия Тывинского УФАС России,

РЕШИЛА:

Признать рекламу следующего содержания: «Пивной магазин; Разливное пиво; всегда свежее; холодные пенные напитки; чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью», с использованием изображений деревянных бочек, кружек, наполненных желтыми пенными напитками и образа скачущей лошади, размещённую на баннере, закреплённом на фасаде здания возле входа в магазин «Beer Wharf», расположенного по адресу: г. Кызыл, ул. Титова, д. 5, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пункта 6 части 1, пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».

Выдать ИП М. предписание об устранении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тывинского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении виновных лиц.

Председатель Комиссии

Ф.А. Хаджиев

Члены Комиссии

А.В. Кыргыс

Е.А. Орус-оол

Согласно статьи 37 Закона о рекламе решение может быть оспорено в суде или арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения.