

Индивидуальному предпринимателю

«...»

мкр. «...», д. «...», с. «...», Емельяновский район, Красноярский край

Магазин «Пивной причал», ул. «...», д. «...», с. Таштып, Таштыпский район,
Республика Хакасия

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 019/05/21-452/2019

Резолютивная часть решения оглашена 23.10.2019 г. г. Абакан

В полном объеме решение изготовлено 23.10.2019 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия (далее – Хакасское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель «...» – заместитель руководителя управления - начальник отдела комиссии: антимонопольного законодательства и рекламы;

«...» – главный специалист-эксперт отдела антимонопольного законодательства и рекламы,

Члены «...» – главный специалист-эксперт отдела антимонопольного комиссии: законодательства и рекламы,

«...» – ведущий специалист-эксперт отдела антимонопольного законодательства и рекламы,

рассмотрев дело № **№ 019/05/21-452/2019**, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя «...» (ИНН «...», ОГРНИП «...») (далее ИП «...») по признакам нарушения части 7 статьи 5, пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламной информации следующего содержания: «Супер акция 1+1, купи 1 литр пива и получи второй бесплатно; пиво «Чешское» оригинальное 13.09. Черная пятница; Эксклюзивные сорта разливного пива; «Asti «Шампань» 94P; Штольц Брава частная пивоварня», расположенной на фасаде здания по адресу: ул. «...», д. «...», с. Таштып Таштыпского района Республики Хакасия, выявленной вследствие мониторинга наружной рекламы,

в отсутствие ИП «...», уведомленной надлежащим образом о месте и времени рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

13.09.2019 г., в ходе проведения Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия мониторинга наружной рекламы на предмет соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе, выявлено распространение ненадлежащей рекламы в виде рекламных баннеров, расположенных по адресу: ул. «...», д. «...», с. Таштып Таштыпского района Республики Хакасия, следующего содержания:

«Супер акция 1+1, купи 1 литр пива и получи второй бесплатно; пиво «Чешское» оригинальное 13.09. Черная пятница; Эксклюзивные сорта разливного пива; «Asti «Шампань» 94Р; Штольц Брава частная пивоварня».

Согласно пункту 1 статьи 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе 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.

В пункте 1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» разъяснено, что согласно пункту 1 статьи 3 Закона № 38-ФЗ 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, является рекламой и должна, в связи с этим, отвечать требованиям, предъявляемым Законом о рекламе.

Данная информация полностью подпадает под понятие реклама, так как имеет все признаки вышеуказанного понятия.

Согласно статье 2 Федерального закона «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.

В рекламе, распространенной на фасаде магазина «Пивной причал» имеется название марок напитков (пиво «Чешское» и Asti «Шампань»), которые, в свою очередь, содержат этиловый спирт более 0,5 процента объема готовой продукции и не входят в перечень исключений пищевой продукции, установленный Правительством Российской Федерации, таким образом относится к алкогольной продукции.

Согласно пункту 5 части 2 статьи 21 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 связи с чем, данная реклама нарушает пункт 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 1 статьи 19 Закона о рекламе к числу технических средств стабильного территориального размещения относятся: щиты, стенды, строительные сетки, перетяжки, электронные табло, проекционного и иного предназначения для проекции рекламы на любые поверхности оборудования, воздушные шары, аэростаты и иные технические средства стабильного территориального размещения (далее - рекламные конструкции), монтируемые и располагаемые на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

При этом определяющим признаком для отнесения той или иной конструкции-рекламоносителя к числу технических средств стабильного территориального размещения, по смыслу указанной выше части 1 статьи 19 Закона о рекламе является невозможность перемещения и изменения положения в пространстве присоединенной к конструкции рекламы.

Из письма ФАС России от 20 февраля 2015 г. «О рекламе алкогольной продукции» реклама пива и напитков, изготавливаемых на основе пива (независимо от количества этилового спирта в готовой продукции, но более 0,5 процента объема готовой 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, распространение рекламы алкогольной продукции, содержащей этиловый спирт более 0,5 процента объема готовой продукции, которая не входит в перечень исключений пищевой продукции, установленный Правительством Российской Федерации: пиво «Чешское» и «Asti «Шампань» на фасаде магазина «Пивной причал», осуществлено запрещенным способом.

Кроме того, на рекламных баннерах размещена следующая информация: «Супер акция 1+1 купи 1 литр пива и получи второй бесплатно».

Акции направлены на привлечение интереса к магазину «Пивной причал» и к его продукции, однако из данных акций не следует, имеют ли они постоянный или временный характер: если указанные акции имеют временный характер, то они способны обмануть ожидания потребителя данной рекламы - покупателя товара. Из указанных в рекламе акций следует, что купив литр пива в магазине «Пивной причал», возможно получение любого пива на выбор в подарок также в количестве одного литра. Однако по факту указанное мнение потребителя будет являться ошибочным.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Закона о рекламе не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации о рекламном продукте приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться

рекламируемым продуктом.

Следует отметить, что положения части 7 статьи 5 Закона о рекламе распространяют свое действие и на все объекты рекламирования, поскольку являются общими по отношению абсолютно ко всем объектам рекламирования и не содержат каких-либо исключений из сферы своего действия.

В этой связи указание в рекламе на акции без указания на наличие существенных условий по данным акциям: сроки, акционные товары, подарки, является признаком нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Частью 6 статьи 38 Закона о рекламе установлено, что ответственность за нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодаделец.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодаделец – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение пункта 5 части 2 статьи 21 несет рекламодатель.

В силу пункта 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Исходя из представленных сведений деятельность в вышеуказанных магазинах «Пивной причал» осуществляет индивидуальный предприниматель «...» (ИНН «...», ОГРНИП «...»).

17.09.2019 г. Хакасским УФАС России принято определение о возбуждении дела № 019/05/21-452/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (исх. № «...»), рассмотрение назначено на 23.10.2019 г.

Данным определением антимонопольным органом у ИП «...» истребованы документы и пояснения относительно распространения ненадлежащей рекламы.

07.10.2019 г. в адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия (вх. № «...») от ИП «...» поступили письменные пояснения и истребуемые антимонопольным органом документы, в том числе фотографии, подтверждающие устранение нарушения законодательства о рекламе.

На заседании Комиссии Хакасского УФАС России 23.10.2019 г., проанализировав все имеющиеся материалы дела, Комиссия Хакасского УФАС России решила признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: «Супер акция 1+1, купи 1 литр пива и получи второй бесплатно; пиво «Чешское» оригинальное 13.09. Черная пятница; Эксклюзивные сорта разливного пива; «Asti «Шампань» 94P; Штольц Брава частная пивоварня», а ИП «...» нарушившей положения части 7 статьи 5, пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: «Супер акция 1+1, купи 1 литр пива и получи второй бесплатно; пиво «Чешское» оригинальное 13.09. Черная пятница; Эксклюзивные сорта разливного пива; «Asti «Шампань» 94Р; Штольц Брава частная пивоварня», расположенной на фасаде здания по адресу: ул. «...», д. «...», с. Таштып Таштыпского района Республики Хакасия.
2. Признать ИП «...» (ИНН «...», ОГРНИП «...») ответственной за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5, пунктом 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.
3. Предписание по настоящему делу не выдавать ввиду устранения нарушения законодательства о рекламе.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Хакасского 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.

Председатель комиссии «...»

Члены комиссии: «...»

«...»

«...»