



УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ

ПО РЕСПУБЛИКЕ КОМИ

Р

Е

Ш

05 декабря 2017 года

(изготовление решения в полном объеме)

24 ноября 2017 года

(оглашение резолютивной части)

№ 03-01/11160

г. Сыктывкар

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

<...>,

рассмотрев дело № Р 23-08/17, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя <...> (далее – ИП <...>) по факту распространения посредством размещения на фасаде многоквартирного жилого дома по адресу: <...> рекламы следующего содержания: «Хмельная лавка сеть магазинов разливных напитков» с изображением кружки и двух бокалов, содержащих пенный напиток, и деревянной бочки, с признаками нарушения требований п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

В отсутствие:

- заявителя – ГКУ РК «Коми реклама», надлежащим образом извещенного о времени и месте рассмотрения рекламного дела (соответствующие доказательства имеются в материалах рекламного дела),
- ИП <...> надлежащим образом извещенного о времени и месте рассмотрения рекламного дела (соответствующие доказательства имеются в материалах рекламного дела),
- ИП <...>, надлежащим образом извещенного о времени и месте рассмотрения рекламного дела (соответствующие доказательства имеются в материалах рекламного дела),
- <...>, надлежащим образом извещенного о времени и месте рассмотрения рекламного дела (соответствующие доказательства имеются в материалах рекламного дела),

УСТАНОВИЛА:

1. В Коми УФАС России поступило обращение ГКУ РК «Коми реклама» (вх. № 3365 от 21.06.2017). Из обращения следует, что на фасаде многоквартирного жилого дома по <...> размещена рекламная конструкция следующего содержания: «Хмельная лавка сеть магазинов разливных напитков» с изображением кружки и двух бокалов, содержащих пенный напиток, и деревянной бочки (далее – рассматриваемая реклама).

По мнению заявителя, рассматриваемая реклама ассоциируется с рекламой продажи алкогольной продукции, в частности пива, и размещена вне места осуществления деятельности магазина «Хмельная лавка», что является нарушением Закона о рекламе.

По результатам рассмотрения заявления принято решение о возбуждении дела № Р 23-08/17 по признакам нарушения п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе в отношении ИП <...>, о чем вынесено соответствующее определение № 03-01/8187 от 25.08.2017.

Определением № 03-01/8187 от 25.08.2017 у ИП <...> запрошены необходимые для рассмотрения дела документы и письменная информация.

Однако на дату рассмотрения дела – 25.09.2017 запрошенные у ИП <...> определением материалы не поступили в Коми УФАС России. Кроме того, в материалах дела отсутствовали доказательства надлежащего извещения ИП <...> о времени и месте рассмотрения настоящего дела.

В связи с чем, определением № 03-01/9403 от 25.09.2017 срок рассмотрения

дела продлён до 25.11.2017, рассмотрение дела отложено на 17.10.2017, к участию в рассмотрении дела привлечены: в качестве заинтересованного лица – ООО «Печатник», в качестве лица, располагающего сведениями о рассматриваемых Комиссией обстоятельствах – Администрация МОГО «Ухта».

Определением № 03-01/9403 от 25.09.2017 запрошены, в том числе у ИП <...> необходимые для рассмотрения дела документы и письменная информация.

На дату рассмотрения дела – 17.10.2017 запрошенные у ИП <...> определением № 03-01/9403 от 25.09.2017 документы и письменная информация не поступили в Коми УФАС России. В материалах дела отсутствовали доказательства надлежащего извещения ИП <...> о времени и месте рассмотрения настоящего дела.

В связи с чем, определением № 03-01/9892 от 17.10.2017 рассмотрение дела отложено на 24.11.2017, ненадлежащее лицо – ООО «Печатник» заменено надлежащим – ИП <...>, к участию в деле в качестве лица, располагающего сведениями о рассматриваемых Комиссией обстоятельствах, привлечён <...>

Определением № 03-01/9892 от 17.10.2017 запрошены, в том числе у ИП <...> необходимые для рассмотрения дела документы и письменная информация. Определение направлено 18.10.2017 по адресу места жительства ИП <...> заказным письмом с уведомлением о вручении.

На дату рассмотрения дела – 24.11.2017 в Коми УФАС России отсутствуют доказательства получения ИП <...> определения № 03-01/9892 от 17.10.2017, запрошенные определением материалы ИП <...> не представлены.

В целях извещения ИП <...> о месте и времени рассмотрения дела № Р 23-08/17 Коми УФАС России направило 10.11.2017 телеграмму по адресу его места жительства.

Согласно почтовому извещению от 13.11.2017 (вх. № 4041э от 13.11.2017) телеграмма ИП <...> не доставлена, квартира закрыта, адресат по извещению за телеграммой не явился.

В целях извещения ИП <...> о месте и времени рассмотрения дела № Р 23-08/17 Коми УФАС России направило 14.11.2017 телеграмму по адресу его места жительства.

Согласно почтовому извещению от 15.11.2017 (вх. № 4100э от 15.11.2017) телеграмма вручена <...> ИП <...>

Пленум Верховного Суда РФ в пунктах 67, 68 Постановления от 23.06.2015 № 25 «О применении судами некоторых положений раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации» указал следующее. Юридически значимое сообщение считается доставленным и в тех случаях, если оно поступило лицу, которому оно направлено, но по обстоятельствам,

зависящим от него, не было ему вручено или адресат не ознакомился с ним (пункт 1 статьи 165.1 ГК РФ). Например, сообщение считается доставленным, если адресат уклонился от получения корреспонденции в отделении связи, в связи с чем она была возвращена по истечении срока хранения. Статья 165.1 ГК РФ подлежит применению также к судебным извещениям и вызовам, если гражданским процессуальным или арбитражным процессуальным законодательством не предусмотрено иное.

В силу ст. 118 ГПК РФ лица, участвующие в деле, обязаны сообщить суду о перемене своего адреса во время производства по делу. При отсутствии такого сообщения судебная повестка или иное судебное извещение посылаются по последнему известному суду месту жительства или месту нахождения адресата и считаются доставленными, хотя бы адресат по этому адресу более не проживает или не находится.

Срок рассмотрения дела № Р 23-08/17 Комиссией продлен до 25.11.2017. В связи с вышеизложенным, учитывая ограниченные сроки рассмотрения рекламного дела, применяя по аналогии ст. 118 ГПК РФ, Комиссия считает ИП <...> и ИП <...> надлежащим образом извещенными о времени и месте рассмотрения рекламного дела № Р 23-08/17.

2. Из материалов дела № Р 23-08/17 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

В соответствии со ст. 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 силу пунктов 2 и 5 ч. 2 ст. 2 Закона о рекламе данный закон не распространяется на информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом, а также на вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера.

В соответствии с п. 1 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» информация, обязательная к размещению в силу закона или размещенная в силу обычая делового оборота, не является рекламой. При этом не является рекламой размещение наименования (коммерческого обозначения) организации в месте ее нахождения, а также иной информации для потребителей непосредственно в месте реализации товара, оказания услуг (например, информации о режиме работы, реализуемом товаре), поскольку размещение такой информации в указанном месте не преследует целей, связанных с рекламой.

Согласно информации, представленной ГКУ РК «Коми реклама» в материалы

рекламного дела, владельцем магазина «Хмельная лавка» является ИП <...>, магазин «Хмельная лавка» располагается по адресу: <...>; разрешение на установку рекламной конструкции, на которой размещена рассматриваемая реклама, Учреждением не выдавалось.

Заявителем приложены: акты осмотров рекламных конструкций от 01.08.2017 по адресам: <...> и <...>, копия кассового чека от 01.08.2017.

В материалах рекламного дела имеется акт осмотра Интернет-сайта сети пивных магазинов «ХМЕЛЬНАЯ ЛАВКА» <...>, составленный сотрудниками Коми УФАС России 25.09.2017 (далее – акт осмотра сайта). Информация, содержащаяся на указанном сайте, зафиксирована в приложении к акту осмотра сайта.

Из акта осмотра сайта усматривается, что сайт <...> является страницей группы «Сеть пивных магазинов «ХМЕЛЬНАЯ ЛАВКА» в социальной сети «ВКонтакте». На сайте указана информация об адресах магазинов, в том числе указан адрес: <...>; <...> «ХМЕЛЬНАЯ ЛАВКА» значится <...>. Согласно информации сайта <...> в магазинах реализуется, в том числе разливное пиво. В оформлении указанного сайта использована фотография, идентичная рассматриваемой рекламе.

В материалах рекламного дела имеются пояснения Администрации МОГО «Ухта», направленные письмом от 10.08.2017 № 01-29-4712 (вх. № 4419 от 14.08.2017), согласно которым по адресу: <...> отсутствует магазин «Хмельная лавка» ИП <...> В указанном помещении на дату составления письма размещается магазин «Печатник» по реализации полиграфической продукции.

Из материалов рекламного дела усматривается, что с 18.04.2017 в указанном помещении по адресу: <...> располагается копировальный центр «Печатник», владелец – ИП <...>

Согласно данным ЕГРИП, размещённым на сайте <https://egrul.nalog.ru/>, ИП <...> осуществляет, в том числе следующие виды деятельности: деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания, торговля оптовая напитками, торговля розничная напитками в специализированных магазинах.

Из материалов рекламного дела усматривается, что ИП <...> осуществляет реализацию, в том числе разливного пива в магазине «Хмельная лавка» по адресу: <...>. Конструкция, содержащая рассматриваемую рекламу, размещена по адресу: <...>.

Таким образом, рассматриваемая реклама размещена не в месте нахождения продавца и не в месте реализации товара. В связи с чем, рассматриваемая информация является рекламой, содержащей все правовые признаки рекламы, а именно:

- распространена посредством размещения на рекламной конструкции;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования: сети магазинов разливных напитков «Хмельная лавка», пиву, формированию и поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке.

Согласно п. 5 ч. 2 ст. 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 соответствии с п. 7 ст. 2 Федерального закона № 171-ФЗ от 22.11.1995 «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» (далее - Федеральный закон № 171-ФЗ от 22.11.1995) **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, коньяк), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

Согласно п. 13.1 ст. 2 Федерального закона № 171-ФЗ от 22.11.1995 **пиво** – алкогольная продукция с содержанием этилового спирта, образовавшегося в процессе брожения пивного сусла, которая произведена из пивоваренного солода, хмеля и (или) полученных в результате переработки хмеля продуктов (хмелепродуктов), воды с использованием пивных дрожжей, без добавления этилового спирта, ароматических и вкусовых добавок.

В соответствии с пунктом 16 информационного письма Президиума ВАС РФ от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Поскольку рассматриваемая информация, размещенная на конструкции, в совокупности с изображением создают у потребителя очевидную ассоциацию с определенным товаром – пивом, следовательно, такая информация должна рассматриваться как реклама этого товара.

В силу ч. 4 ст. 2 Закона 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 установлены специальные требования и ограничения.

Из содержания рассматриваемой рекламы усматривается, что она не является явно не относящейся к рекламе алкогольной продукции, следовательно, на неё распространяются требования п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе.

Таким образом, рассматриваемая реклама является рекламой алкогольной продукции, следовательно, в силу п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе 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 положений, установленных п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

При таких обстоятельствах рассматриваемая реклама распространена в нарушение требований п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе.

На основании ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе, несёт рекламораспространитель.

Согласно ч. 8 ст. 38 Закона о рекламе рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в ч. 7 настоящей статьи, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодаделец – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Согласно п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Из материалов дела усматривается, что рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ИП <...>, рассматриваемая реклама

распространена им с целью получения прибыли от экономической деятельности, что отвечает целям предпринимательской деятельности.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе произошло по вине рекламораспространителя – ИП <...>

Из материалов рекламного дела усматривается, что ИП <...> не предпринято должных мер, направленных на соблюдение требований законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении рассматриваемой рекламы, что и привело к нарушению.

Таким образом, ИП <...> нарушены требования п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе.

Из материалов рекламного дела следует, что рассматриваемая реклама распространена на территории г. Ухты Республики Коми, распространение рекламы выявлено ГКУ РК «Коми реклама» 24.05.2017.

ГКУ РК «Коми реклама» представило в материалы рекламного дела акт осмотра рекламной конструкции, составленный сотрудником Учреждения, согласно которому по состоянию на 25.10.2017 распространение рассматриваемой рекламы имеет место.

В материалы рекламного дела ИП <...> представил письмо (вх. № 4049э от 13.11.2017), в котором указал, что вывеска по адресу: <...> будет снята в ближайшие 2-3 дня.

Вместе с тем, на дату принятия Комиссией решения в материалах рекламного дела отсутствуют доказательства прекращения распространения ненадлежащей рекламы.

В связи с изложенным, Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи ИП <...> предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

На основании изложенного, руководствуясь п. 4 ст. 3, п. 2 ч. 1 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 – 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, пунктами 3.58, 3.59 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу следующего содержания: «Хмельная лавка сеть магазинов разливных напитков» с изображением кружки и двух бокалов, содержащих пенный напиток, и деревянной бочки, распространенную посредством размещения на фасаде многоквартирного жилого дома по адресу: <...>, ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе.

2. Выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения указанной в п. 1 Решения ненадлежащей рекламы.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ИП <...> дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 05 декабря 2017 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня принятия решения в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель
Комиссии

_____ <...>

Члены Комиссии

_____ <...>

_____ <...>



УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ

ПО РЕСПУБЛИКЕ КОМИ

П Р Е

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

05 декабря 2017 года

№ 03-01/11160

Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в составе:

<...>,

на основании своего Решения от 04.12.2017 по делу № Р 23-08/17 о признании ненадлежащей рекламы следующего содержания: «Хмельная лавка сеть магазинов разливных напитков» с изображением кружки и двух бокалов, содержащих пенный напиток, и деревянной бочки, распространенной посредством размещения на фасаде многоквартирного жилого дома по адресу: <...>, поскольку в ней нарушены требования п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 «О рекламе», в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Индивидуальному предпринимателю <...>, <...>, **в десятидневный срок** со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: распространение посредством размещения на фасаде многоквартирного жилого дома по адресу: <...> рекламы следующего содержания: «Хмельная лавка сеть магазинов разливных напитков» с изображением кружки и двух бокалов, содержащих пенный напиток, и деревянной бочки в нарушение требований п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 «О рекламе».

2. Индивидуальному предпринимателю <...>, <...>, представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **до 10 января 2018 г.**

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностное лицо административный штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 3-х месяцев со дня выдачи предписания в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии _____ <...>

Члены Комиссии _____ <...>

_____ <...>