

№ 7700/04-01 от 04.10.2019

РЕШЕНИЕ по делу № 076/05/21-475/2019

«20» сентября 2019 года

г. Ярославль

(Решение изготовлено в полном объеме «04» октября 2019 года)

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Ярославской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя Управления Гудкевич Е. В.,

члены Комиссии – главный специалист-эксперт отдела контроля органов власти и рекламы Солодяшкин С. Д., специалист-эксперт Груздева Е. Е.,

рассмотрев дело № 076/05/21-475/2019 по признакам нарушения законодательства о рекламе по факту фирменного магазина-гастробара «Ферма и сыроварня Коваль» с признаками нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в присутствии представителя ИП , привлеченной к участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, по доверенности от 18.09.2019 г. ,

УСТАНОВИЛА:

19.09.2019 г. в соответствии с пунктом 3.44 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, в рассмотрении дела № 076/05/21-475/2019 объявлялся перерыв до 13 часов 15 минут 20.09.2019 г., в рамках которого у И П запрошены документы, а именно, сведения, подтверждающие достоверность указания в рекламе стоимости бокала вина и сырной тарелки в размере 550 рублей; письменные пояснения в случае отсутствия указанных документов, с приложением соответствующих документов.

Представителем ИП представлены запрошенные документы, в частности, приказы о введении в ассортимент позиций блюд и напитков из рекламного предложения.

20.09.2019 г. в 13 часов 15 минут рассмотрение дела № 076/05/21-475/2019 продолжено.

Ярославским УФАС России в ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе 08.05.2019 г. установлен факт распространения информации следующего

содержания: «Ферма и сыроварня Коваль Акция Бокал вина+сырная тарелка=550 р Советская, 8 Бронь: +7 961 972 64 27» на рекламной конструкции, размещенной на стене здания по адресу: г. Ярославль, ул. Советская, д. 8, в котором располагается фирменный магазин-гастробар «Ферма и сыроварня Коваль».

Дело возбуждено по признакам нарушения пунктов 5, 6 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»).

Рассмотрев материалы дела, представленные документы и пояснения ИП , Комиссия пришла к следующим выводам.

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») реклама – информация, распространяемая любым способом, в любой форме и использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование и поддержание интереса к нему, и его продвижение на рынке.

Пункт 2 той же статьи определяет объект рекламирования как 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.

Информация, размещенная на указанной рекламной конструкции обладает всеми вышеперечисленными признаками и, следовательно, является рекламой. Объектом рекламирования в данной статье выступает фирменный магазин-гастробар «Ферма и сыроварня Коваль», в котором, как следует из рекламы, реализуется алкогольная продукция (вино).

В соответствии с пунктом 5 части 2 статьи 21 ФЗ «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 Письмом ФАС России от 24.01.2011 N АК/1829 "О разграничении понятий вывеска и реклама", а также Письмом ФАС России от 26.12.2013 № АК/53059/13 «О разграничении понятий вывеска и реклама» системный анализ гражданского законодательства Российской Федерации свидетельствует о том, что объектом рекламирования может быть тот товар, предназначенный для продажи или иного введения в гражданский оборот, который можно индивидуализировать, выделить среди однородной группы товаров. Соответственно, реклама товара всегда представляет собой информацию о конкретном товаре, который можно индивидуализировать внутри группы однородных товаров.

Учитывая изложенное, сами по себе слова и выражения: пиво, живое пиво, вина, вина Кубани, сигареты, алкоголь, табак и т.п., не могут быть признаны рекламой, поскольку представляют собой обобщенное наименование группы товаров и не позволяют выделить конкретный товар среди ряда однородных товаров и сформировать к нему интерес.

Таким образом, поскольку рассматриваемая рекламная информация не содержит указания на конкретные марки алкогольной продукции (вина), то в данном случае имеет место не реклама вина и алкогольной продукции, а рекламируется фирменный магазин-гастробар «Ферма и сыроварня Коваль» как продавец алкогольной продукции.

Вместе с тем, согласно пункту 4 части 2 статьи 21 ФЗ «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.

Таким образом, поскольку рассматриваемая рекламная информация о продавце алкогольной продукции (вина) размещена с использованием технических средств стабильного территориального размещения, а именно, на рекламной конструкции на внешней стене здания, в котором располагается фирменный магазин-гастробар «Ферма и сыроварня Коваль», то в данном случае установлено нарушение пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Кроме того, в соответствии с пунктом 6 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться в детских, образовательных, медицинских, санаторно-курортных, оздоровительных, военных организациях, театрах, цирках, музеях, домах и дворцах культуры, концертных и выставочных залах, библиотеках, лекториях, планетариях и на расстоянии ближе, чем сто метров от занимаемых ими зданий, строений, сооружений.

В указанной норме ФЗ «О рекламе» не содержится уточнений и исключений относительно измерения расстояния. Следовательно, расстояние измеряется от любой крайней точки детских, образовательных, медицинских, санаторно-курортных, оздоровительных, военных организаций, театров, цирков, музеев, домов и дворцов культуры, концертных и выставочных залов, библиотек, лекториев, планетариев, до рекламы алкогольной продукции, и от любой такой крайней точки не должно составлять менее, чем 100 м.

В соответствии с данными «2 ГИС» <http://2gis.ru> магазин-гастробар расстояние от крайних точек по прямой от магазина-гастробара «Ферма и сыроварня Коваль» до факультета социально-политических наук ЯРГУ им. П. Г. Демидова составляет 64 м.

Таким образом, поскольку рассматриваемая реклама размещена в непосредственной близости (менее 100 м) от факультета социально-политических наук ЯРГУ им. П. Г. Демидова, располагающегося на ул. Советской, д. 10, то в данном случае также установлено нарушение пункта 6 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Установлено, что деятельность в фирменном магазине-гастробаре «Ферма и сыроварня Коваль» осуществляет ИП .

Согласно части 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных пунктами 5, 6 части 2 статьи 21 данного закона, несет рекламораспространитель.

В соответствии с пунктом 7 части 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламораспространителем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с пунктом 8 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6 и 7 настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Согласно пункту 6 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламопроизводитель является лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Представитель ИП пояснила, что документы на изготовление рекламной конструкции и плаката находятся у бывшего администратора магазина-гастробара «Ферма и сыроварня Коваль», в связи с этим отсутствует возможность их представить. Реклама размещалась ранее, информация в рекламе действующая, цена соответствует действительности. Нарушений в ее содержании не усматривает.

На основании изложенного, в соответствии с пунктами 6, 7, 8 статьи 3 ФЗ «О рекламе», рекламораспространителем и рекламопроизводителем рассматриваемой рекламы является ИП .

Следовательно, ИП как рекламораспространитель и рекламопроизводитель рассматриваемой рекламы нарушила требования пунктов 5, 6 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации является ненадлежащей.

Ответственность за нарушение требований пунктов 5, 6 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 4, 37-43, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу: «Ферма и сыроварня Коваль Акция Бокал вина+сырная тарелка=550 р Советская, 8 Брость: +7 961 972 64 27», размещенную на рекламной конструкции, размещенной на стене здания по адресу: г. Ярославль, ул. Советская, д. 8, в котором располагается фирменный магазин-гастробар «Ферма и сыроварня Коваль», с использованием технических средств стабильного территориального размещения, а также на расстоянии, менее, чем 100 м от факультета социально-политических наук ЯРГУ им. П. Г. Демидова, поскольку в данном случае нарушены требования пунктов 5, 6 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

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

3. Передать материалы дел уполномоченному должностному лицу Ярославского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 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

Е. В. Гудкевич

Члены Комиссии:

С. Д. Солодяшкина

Е. Е. Груздева