

Решение по делу №56/04-16р

Резолютивная часть решения оглашена 03 ноября 2016 года
Киров

г.

В полном объеме решение изготовлено 11 ноября 2016 года

Комиссия Кировского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председателя комиссии: <...>) –руководителя Кировского УФАС России; членов комиссии: <...>) – начальника ОФРиР; <...>) специалиста ОФРиР.

При ведении протокола <...>) – специалистом ОФРиР.

в отсутствие надлежащим образом уведомленного о дате, времени и месте рассмотрения дела лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, ООО «<...>»,

рассмотрев дело № 56/04-16р по признакам нарушения ООО «<...>» (юр. адрес 610004, <...>; ИНН <...>; ОГРН <...>) п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Федеральный закон «О рекламе») по факту размещения на фасаде здания по адресу: <...> информации следующего содержания: «Пиво разливное. 9 сортов. Чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью. Кафе <...>», с изображением товарных знаков «<...>», «<...>»,

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства РФ о рекламе, в соответствии со статьей 33 Федерального закона «О рекламе», Кировским УФАС России было установлено, что на фасаде здания по адресу: <...> размещена информация следующего содержания: «Пиво разливное. 9 сортов. Чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью. Кафе <...>», с изображением товарных знаков «<...>», «<...>», которая содержит признаки нарушения Федерального закона «О рекламе».

Определением от 08.09.2016г Кировским УФАС России было возбуждено дело в отношении ООО «<...>» по признакам нарушения п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» при размещении на фасаде здания, расположенного по адресу: <...>, информации следующего содержания: «Пиво разливное. 9 сортов. Чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью. Кафе <...>», с изображением товарных знаков «<...>», «<...>». Рассмотрение дела № 56/04-16р. назначено на 27.09.2016г.

ООО «<...>», в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, надлежащим образом уведомленное о дате, месте и времени рассмотрения дела, явку представителя не обеспечило, запрошенные документы представило не в полном объеме.

От ООО «<...>» в материалы дела поступили письменные пояснения (вх. № 5858 от 22.09.2016 г.), согласно которым ООО «<...>» самостоятельно изготовило и разместило рекламную конструкцию, содержащую спорную рекламу. Свою вину признает полностью, просит ограничиться устным предупреждением.

Определением от 27.09.2016г рассмотрение дела № 56/04-16р отложено в связи с необходимостью запроса дополнительных документов у лица, участвующего в деле, назначено на 18.10.2016г.

ООО «<...>», в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, надлежащим образом уведомленное о дате, месте и времени рассмотрения дела, явку представителя не обеспечило, запрошенные документы представило не в полном объеме. В материалы дела был представлен договор субаренды от 09.01.2014 сроком действия до 31.12.2014, таким образом, ООО «<...>» представило договор субаренды с истекшим сроком действия. Действующие на 06.09.2016 г. правоустанавливающие документы на занимаемое помещение по адресу: <...> (бар «<...>») в материалы дела не представлены.

Определением от 18.10.2016г рассмотрение дела № 56/04-16р отложено в связи с необходимостью получения запрошенных документов в полном объеме, а именно действующих на 06.09.2016 г. правоустанавливающих документов на занимаемое ООО «<...>» помещение по адресу: <...> (бар «<...>»), назначено на 03.11.2016г.

ООО «<...>», в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, надлежащим образом уведомленное о дате, месте и времени рассмотрения дела, явку представителя не обеспечило. Представило действующие на 06.09.2016 г. правоустанавливающие документы на занимаемое помещение по адресу: <...> (бар «<...>»).

Изучив материалы дела, Комиссия Кировского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно ст. 3 Федерального закона «О рекламе», рекламой является информация, распространяемая 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. Под объектом рекламирования понимается 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. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация следующего содержания: «Пиво разливное. 9 сортов. Чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью. Кафе <...>», с изображением товарных знаков «<...>», «<...>», размещенная на фасаде здания по адресу: <...>, адресована неопределенному кругу лиц, в том числе пешеходам, пассажирам и водителям транспортных средств, поскольку размещена рядом с тротуаром, вблизи автомобильной дороги, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (ООО «<...>» и реализуемой им алкогольной продукции),

формирование или поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке, соответствует требованиям статьи 3 Федерального закона «О рекламе» и является рекламой.

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.

Указанная [норма](#) 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.

По смыслу [части 1 статьи 19](#) Федерального закона "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 указанной части [статьи 19](#) Федерального закона "О рекламе", является невозможность перемещения и изменения положения в пространстве присоединенной к конструкции рекламы.

Рекламная информация «Пиво разливное. 9 сортов. Чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью. Кафе <...>», с изображением товарных знаков «<...>», «<...>», располагается стационарно на фасаде здания, не предназначена для перемещения и, соответственно, размещена с использованием технических средств стабильного территориального размещения.

В силу [статьи 2](#) Федерального закона от 22.11.1995 N 171-ФЗ "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции" (далее - Закон № 171-ФЗ), 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.

В [пункте 7 статьи 2](#) Закона № 171-ФЗ, установлено, что 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, сидр, пуаре, медовуха.

Исходя из норм права, пиво с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции, относится к алкогольной продукции.

Согласно представленным ООО «<...>» в материалы дела лицензии от 21.01.2016г. № 43/67-010-16/РПО0000493 на осуществление розничной продажи алкогольной продукции, а также винной карте, ООО «<...>» реализует в баре пиво торговых марок «<...>», «<...>», «<...>», «<...>».

Поскольку в спорной рекламе указан вид алкогольной продукции – пиво, имеется изображение товарных знаков «<...>», «<...>», которые используются производителями для алкогольной продукции, и, кроме того, ООО «<...>» заинтересовано в привлечении внимания к данной продукции, является её продавцом и имеет в наличии для реализации данный товар, следует считать, что объектом рекламирования в спорной рекламе является алкогольная продукция (пиво).

Таким образом, рекламный модуль «Пиво разливное. 9 сортов. Чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью. Кафе <...>», с изображением товарных знаков «<...>», «<...>», располагается стационарно, не предназначен для перемещения и, соответственно, размещение на нем рекламы алкогольной продукции в силу [пункта 5 части 2 статьи 21](#) Федерального закона "О рекламе" не допускается, следовательно, размещение вышеуказанной информации нарушает требования пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель (лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств).

Согласно письменным пояснениям ООО «<...>» и документам (вх№ 5858 от 22.09.16г.), представленным в материалы дела - лицензии от 21.01.2016г. № 43/67-010-16/РПО0000493 на осуществление розничной продажи алкогольной продукции, а также винной карте, копии договора субаренды нежилого помещения от 09.01.2014г., ООО «<...>» осуществляет хозяйственную деятельность, в том числе реализует алкогольную продукцию (пиво), по адресу <...>, следовательно, рекламодателем спорной рекламной информации является ООО «<...>», как лицо, являющееся продавцом и имеющее интерес к рекламированию товара.

Таким образом, действия ООО «<...>», выразившиеся в распространении спорной рекламы, не соответствуют требованиям п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

Комиссия Кировского УФАС России считает, что нарушение рекламного законодательства произошло по вине ООО «<...>».

Учитывая тот факт, что на момент рассмотрения дела в материалы дела представлено документальное подтверждение прекращения нарушения, Комиссия решила не выдавать ООО «<...>» предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч

пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Руководствуясь ст. 3, п. 5 ч. 2 ст. 21, ст. 33, ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: «Пиво разливное. 9 сортов. Чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью. Кафе <...>», с изображением товарных знаков «<...>», «<...>», размещенную на фасаде здания по адресу <...>, так как она противоречит п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Предписание об устранении нарушения п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» ООО «<...>» (ИНН <...>; ОГРН <...>) не выдавать.

3. Передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административном правонарушении в отношении ООО «<...>» и должностного лица ООО «<...>».

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.