

Председатель Комиссии Карельского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ***, заместитель руководителя Карельского УФАС России, рассмотрев материалы по факту распространения наружной рекламы, содержащей признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

УСТАНОВИЛ:

В целях осуществления надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в соответствии с полномочиями, предоставленными статьей 33 ФЗ «О рекламе», 15.05.2018 специалистами отдела антимонопольного контроля хозяйствующих субъектов, недобросовестной конкуренции и рекламы Карельского УФАС России был произведен осмотр наружных реклам, размещенных на рекламных конструкциях:

- «Заправка пенным 50 м.» с изображением кружки с пенным напитком, размещена на щите, похожем на дорожный знак, прикрепленном на опору линии электропередачи по адресу: ул. Лыжная, на разделительной полосе остановки троллейбусов №2,4,5;
- рекламная конструкция выполнена на щите в виде кружки с пенным напитком с надписью «разливное пиво», смонтированная на металлических прутьях в землю, расположенная вблизи «Магазин Бар разливного пива «Bar Setka» на ул. Балтийская д.1, г. Петрозаводск, с указателем на торговый объект.

Кроме того, 07.06.2018 в Карельское УФАС России поступило заявление физического лица с жалобой на указанную выше рекламу.

В ходе изучения и анализа собранной информации установлено следующее.

Пунктом 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») определено, что реклама - это 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 пункта 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объект рекламирования – товар, средство индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

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), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха (пункт 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 №171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции»).

Кроме того, пленум ВАС РФ в пункте 2 постановления от 08.10.2012 №58 разъяснил, что при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы необходимо учитывать, что размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителей ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре.

Информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара (пункт 16 информационного письма от 25.12.1998 №33 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе»).

Таким образом, рассматриваемые рекламные конструкции содержат все правовые признаки рекламы:

- адресованы неопределенному кругу лиц;

- направлены на привлечение внимания к объекту рекламирования: «Магазин Бар разливного пива «Bar Setka», формируют и поддерживают у потенциального покупателя интерес к различным видам алкогольной продукции (пиву), способствуя ее реализации.

Пунктом 1 статьи 19 ФЗ «О рекламе» определено, что распространение наружной рекламы с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, проекционного и иного предназначенного для проекции рекламы на любые поверхности оборудования, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее - рекламные конструкции), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта осуществляется

владельцем рекламной конструкции, являющимся рекламодателем, с соблюдением требований настоящей статьи. Владелец рекламной конструкции (физическое или юридическое лицо) - собственник рекламной конструкции либо иное лицо, обладающее вещным правом на рекламную конструкцию или правом владения и пользования рекламной конструкцией на основании договора с ее собственником.

Согласно части 9 статьи 19 ФЗ «О рекламе» установка и эксплуатация рекламной конструкции допускаются при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее также - разрешение), выдаваемого на основании заявления собственника или иного указанного в частях 5, 6, 7 настоящей статьи законного владельца соответствующего недвижимого имущества либо владельца рекламной конструкции органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа, на территориях которых предполагается осуществлять установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

В соответствии с частью 10 статьи 19 ФЗ «О рекламе» установка и эксплуатация рекламной конструкции без разрешения, срок действия которого не истек, не допускаются.

Опоры линии электропередачи являются совокупностью конструктивных элементов и устройств, составляющих единый функциональный комплекс. При этом опора линии электропередачи является конструктивным элементом сооружения и самостоятельного практического применения не имеет.

В связи с этим, при размещении указанных рекламных конструкций надлежит соблюдать требования статьи 19 ФЗ «О рекламе».

В статье 21 ФЗ «О рекламе», устанавливающей специальные требования и ограничения в отношении рекламы алкогольной продукции, содержится собирательное понятие «алкогольная продукция» без указания на необходимость индивидуализации и конкретизации объекта рекламирования.

В силу пункта 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.

Вышеуказанные рекламы, размещены на рекламных конструкциях, что нарушает требования пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Законодательство о рекламе устанавливает определенные ограничения в отношении рекламы алкогольной продукции, поэтому для признания рекламы

ненадлежащей достаточно привлечения внимания к товару – алкогольной продукции.

Согласно части 3 статьи 21 ФЗ «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 рекламе, зафиксированной сотрудниками Карельского УФАС России, не содержится предупреждения о вреде чрезмерного употребления алкогольной продукции, что нарушает часть 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Из представленной Администрацией Петрозаводского городского округа информации с письмом от 25.05.2018 №1.1.1-26-662-0 (вх. от 25.05.2018 №2483) деятельность в «Магазин Бар разливного пива «Bar Setka» осуществляет ООО «Трейд» (ИНН 1001328854, ОГРН 11710010011899, ул. Онежской Флотилии, д. 29а, пом. 202, г. Петрозаводск).

Согласно информации ЕГРЮЛ основным видом деятельности ООО «Трейд» является подача напитков (код 56.30).

Согласно статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение пункта 5 части 2, части 3 статьи 21, части 9 статьи 19 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель, рекламодатель, рекламодатель, рекламодатель.

В силу пункта 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно пункту 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Проанализировав рассматриваемую рекламу, прихожу к выводу, что рекламодателем и рекламодателем рассматриваемой рекламы в понимании пунктов 5 и 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе» является именно ООО «Трейд».

На основании вышеизложенного, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 2 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктом 20 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу № 03-02/32-2018 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

заявитель:

- <...>

лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

- ООО «Трейд» (ИНН 1001328854, ОГРН 11710010011899, ул. Онежской Флотилии, д. 29а, пом. 202, г. Петрозаводск);

3. Назначить дело № 03-02/32-2018 к рассмотрению на **18.07.2018 в 11 часов 30 минут по адресу: г. Петрозаводск, наб. Варкауса, д. 1-А, каб. 518.**

4. ООО «Трейд» в **трехдневный срок** с момента получения определения представить следующие сведения (в надлежаще заверенных копиях):

- копию разрешения на установку и эксплуатацию вышеуказанных рекламных конструкций;

- письменные пояснения по факту распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства о рекламе, со ссылкой на нормативно-правовые акты;

- иную имеющуюся информацию и документы, которые могут способствовать принятию всестороннего, полного и объективного решения по данному делу.

Явка лиц для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна. При себе иметь документы, удостоверяющие личность и подтверждающие полномочия на представление интересов юридического лица в органах государственной власти по данному делу.

Предупредить лиц, участвующих в рассматриваемом деле, что отказ или несвоевременное направление государственному органу сведений (информации), представление которых предусмотрено законом, а равно представление таких сведений в неполном объёме или искажённом виде, влечёт наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двух тысяч до десяти тысяч рублей; на юридических лиц - от двадцати тысяч до двухсот тысяч рублей (ч.6 ст. 19.8 КоАП РФ).

<...>

