

ООО «Виктория»
129344, г. Москва,
ул. Верхоянская, д. 18, к. 2
ИП Гальчук В.М.
129344, г. Москва,
ул. Верхоянская, д. 18, корп. 2

ООО «Алмаз-620»
129642, г. Москва,
ул. Сухонская, д. 1, стр. 2

РЕШЕНИЕ

«26» марта 2015 года г. Москва

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

председателя Комиссии – (.....),
членов Комиссии – (.....), (.....),

рассмотрев материалы дела № 3-21-126/77-14 по признакам нарушения ИП (.....) пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившимся в распространении рекламы алкогольной продукции с использованием технического

средства стабильного территориального размещения (рекламной конструкции), расположенной на внешней стене здания,

1

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, - ИП (.....) (лично),

в присутствии законного представителя ООО «Алмаз-620» в лице генерального директора (.....) (приказ № 01 от 22.11.2001), представителя ООО «Алмаз-620» в лице (.....) (по доверенности б/н от 16.03.2015),

в отсутствие представителя ООО «Виктория» (уведомлено надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-21-126/77-1 возбуждено в отношении ООО «Виктория» на основании заявления физического лица (вх. № 14516 от 07.05.2014) по факту распространения на внешней стене магазина «ПРОДУКТЫ», расположенного по адресу: г. Москва, ул. Сухонская, д. 1, стр. 2, рекламы алкогольной продукции.

В ходе рассмотрения дела было установлено, что лицом, в чьих действиях содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе является ИП (.....).

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, выслушав представителей сторон по делу, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно пункту 1 статьи 3 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. В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, объектом рекламирования является товар, средство 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.

Согласно пункту 2 постановления Пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя 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

2
товаре (в том числе товарного знака).

Между ООО «Алмаз-620» и ИП (.....) был заключен договор аренды нежилого помещения № 14/02/2012-А от 14.02.2012. Также, между ИП (.....) и ООО «Виктория» был заключен договор субаренды № 14/02/2012-А-1 от 14.02.2012 на 62,9 кв. м. помещения.

В соответствии с пунктом 2.4.14 Договора аренды нежилого помещения № 14/02/2012-А от 14.02.2012, Арендатор обязан не вывешивать никаких вывесок, заметных при подходе к зданию или при входе в него, за исключением тех, на которое было дано предварительное согласие Арендодателя. Вместе с тем согласие Арендодателя не освобождает Арендатора от получения всех необходимых разрешений и согласований органов власти управления г. Москвы в тех случаях, когда получение таких разрешений предписано нормами федеральных и Московских нормативных актов.

В соответствии с пунктом 2.6 указанного Договора, Арендатору запрещено размещать какие-либо товары и предметы на прилегающей к зданию территории, устанавливать и демонтировать без разрешения Арендодателя видимые с улицы рекламные объявления, вывески, плакаты, стойки, флаги, тарелки спутниковых антенн, а также запрещено без письменного согласия Арендодателя вносить какие-либо изменения в системы кондиционирования воздуха и отопления, водоснабжения и электроснабжения.

Таким образом, ИП (.....) не отрицается, а договорами подтверждается, что магазин, разместивший рекламу, был арендован предпринимателем и находился в момент размещения рекламы в его ведении. В свою очередь, ООО «Виктория» спорную рекламу не размещало.

Размещение на внешней стене магазина «ПРОДУКТЫ», расположенного по адресу: г. Москва, ул. Сухонская, д. 1, стр. 2, рекламы алкогольной продукции делает указанные сведения доступными для восприятия широкому заранее неопределенному кругу лиц, находящемуся в непосредственной близости от указанного магазина.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации как предназначенность для неопределенного круга лиц означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на

восприятие которых реклама направлена.

Таким образом, спорная информация соответствует установленным действующим законодательством критериям, предъявляемым к рекламе: размещена на внешней стене магазина «ПРОДУКТЫ», вызывает у неопределенного круга потребителей однозначную устойчивую ассоциацию с конкретным товаром - алкогольной продукцией.

На основании изложенного, Комиссией Московского УФАС России реклама алкогольной продукции, размещенная на внешней стене магазина «ПРОДУКТЫ» по адресу: г. Москва, ул. Сухонская, д. 1, стр. 2, признана

3
рекламой 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.

Таким образом, размещение рекламы алкогольной продукции на внешней стене магазина «ПРОДУКТЫ» является нарушением пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе, реклама не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, является ненадлежащей.

Таким образом, реклама алкогольной продукции на внешней стене магазина «ПРОДУКТЫ», расположенного по адресу: г. Москва, ул. Сухонская, д. 1, стр. 2 является ненадлежащей, так как нарушает пункт 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодателем является лицо, осуществляющее фактическое доведение объекта рекламирования до сведения потребителя.

Рассматриваемая реклама распространялась на внешней стене магазина «ПРОДУКТЫ». Таким образом, лицом являющимся ответственным за размещение спорной рекламы на внешней стене магазина «ПРОДУКТЫ» является его арендатор.

На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России установила, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП (.....).

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

На основании изложенного, Комиссией Московского УФАС России в действиях ИП (.....) при распространении рекламы алкогольной продукции на внешней стене магазина «ПРОДУКТЫ», расположенного по адресу: г. Москва, ул. Сухонская, д. 1, стр. 2 установлено нарушение пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

В соответствии с материалами дела, ИП (.....) более собственность по адресу г. Москва, ул. Сухонская, д. 1, стр. 2, не арендует, а сама реклама в настоящий момент удалена, что подтверждается собственником – ООО «Алмаз-620».

Руководствуясь пунктом 2 части 1 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

4

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу алкогольной продукции, размещенную ИП Гальчуком В.М. на внешней стене магазина «ПРОДУКТЫ» по адресу: г. Москва, ул. Сухонской, д. 1, стр. 2, ненадлежащей, поскольку при ее размещении нарушены требования пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

2. Не выдавать ИП (.....) предписание о прекращении распространения ненадлежащей рекламы в связи с добровольным устранением нарушения.

3. Не передавать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в связи с истечением срока привлечения к административной ответственности, предусмотренного статьей 4.5 КоАП РФ.

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

Председатель Комиссии (.....)

Члены Комиссии (.....)

(.....)

5

6