

Резолютивная часть решения оглашена 24 марта 2014 года.

В полном объеме решение изготовлено 07 апреля 2014 года

Комиссия Псковского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии:

< > – И.о.руководителя Псковского УФАС России.

Члены Комиссии:

< > – начальник отдела контроля органов власти, закупок и рекламы Псковского УФАС России;

< > – специалист-эксперт отдела контроля органов власти, закупок и рекламы Псковского УФАС России,

рассмотрев дело № 6/21/14Р возбужденное в отношении ООО «Импульс» (ул. Вокзальная, д.26, пом. 1001, г.Псков, 180004) в результате распространения на 3-х постерах, размещенных на окнах и на световых коробах магазина расположенного по адресу: : г.Псков, ул. Вокзальная, д. 26, информации содержащей признаки нарушения пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38 «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»), в присутствии:

лица, в действиях которых содержатся признаки нарушения:

< > представителя ООО «Импульс» (доверенность от 03.03.14г.).

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Псковским УФАС России был установлен факт распространения на 3-х постерах, размещенных на окнах магазина с изображением двух открытых винных бутылок, двух наполненных бокалов, двух наполненных пивных бокалов, трех бочек. На световых коробах, размещенных у входной двери и на фасаде магазине размещена надпись «Винная лавка» (Акт осмотра от 27.12.2013 г.)

На заседании Комиссии представитель ООО «Импульс» пояснил, что наклейки в окнах магазина ООО «Импульс», сделаны не с целью рекламы, и не для распространения какой либо информации. Наклейки предназначены, во-первых – от солнечных лучей, во-вторых, скрыть от прохожих стеллажи с продукцией магазина, которые были видны с улицы и могли привлечь внимание граждан. Так же из пояснения представителя ООО «Импульс» следует, что винные бутылки, бокалы, пивные кружки (без каких либо опознавательных символов, надписей или

знаков) изображенные на наклейках не содержат ни какой информации, не несут в себе смысловой нагрузки.

Изучив имеющиеся документы, заслушав доводы представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства, Комиссия пришла к следующим выводам:

ООО «Импульс» согласно лицензии < > от < > г. осуществляет розничную продажу алкогольной продукции в магазине, расположенном по адресу: 180004, г.Псков, ул.Вокзальная, д.26, пом.1001.

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.06 N 38-ФЗ "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.

Информация на 3-х постерах, размещенных на окнах и на световых коробах магазина расположенного по адресу: : г.Псков, ул. Вокзальная, д. 26, является рекламой, так как содержит признаки рекламы, установленные пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»:

1. Объект рекламирования: алкогольная продукция, реализуемая ООО «Импульс», в магазине расположенном по адресу: г.Псков, ул.Вокзальная, д.26.

На постерах, размещенных на окнах магазина изображены две открытые винные бутылки, два наполненных винных бокала, два наполненных пивных бокала, трех бочек, а также информация на световом коробе «Винная лавка», привлекает внимание к алкогольной продукции, реализуемой ООО «Импульс».

2. Информация адресована неопределенному кругу лиц.

3. Информация направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и продвижению товара на рынке.

Распространение данной информации не является обязательной в соответствии с федеральными законами.

Согласно части 1 статьи 9 Закона РФ от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей» продавец обязан разметить на вывеске фирменное наименование (наименование) своей организации, место ее нахождения (адрес) и [режим ее работы](#).

Назначение информации такого характера состоит в извещении неопределенного круга лиц, приобретающих товары для удовлетворения личных, семейных или бытовых потребностей, о фактическом местонахождении юридического лица и (или) обозначении места входа.

Из фотографий, представленных в материалы дела следует, что размещенная ООО «Импульс» на световых коробах информация не содержит сведений о режиме работы магазина, то есть отсутствуют реквизиты вывески.

Кроме того, из имеющихся в материалах дела фотографий здания, в котором располагается магазин следует, что световые короба расположены у входа в магазин и на фасаде магазина.

Комиссия приходит к выводу, что размещенная на световых коробах информация «Винная лавка», изображенные на постерах: винных бутылок, винных бокалов, двух наполненных пивных бокалов, бочек, является привлечение внимания неопределенного круга лиц именно к алкогольной продукции, реализуемой ООО «Импульс», что выходит за рамки вышеприведенного определения вывески и ее назначения.

Доводы ООО «Импульс» о том, что винные бутылки, бокалы, пивные кружки (без каких либо опознавательных символов, надписей или знаков) изображенные на наклейках не содержат ни какой информации, не несут в себе смысловой нагрузки. Комиссия считает необоснованными по следующим основаниям:

С учетом правовой позиции, изложенной в пункте 16 Информационного письма Президиума ВАС РФ от 25.12.1998 N 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.

Изображение на постерах, размещенных на окнах магазина: бутылок винной формы (ёмкость для долговременного хранения жидкостей, высокий сосуд преимущественно цилиндрической формы и с узким горлом), бокалов (тонкостенных стеклянный сосуд для вина, коктейлей); винных бочек; пивных бокалов (стеклянная, керамическая либо фарфоровая кружка для употребления пива. емкостью — 0,33, 0,5, 0,6 (пинта), при одновременном употреблении на световых коробах наименования «Винная лавка» вызывает у потребителя ассоциацию с определенным товаром – алкогольной продукцией (вином), реализуемой ООО «Импульс».

Аналогичная позиция отражена в пункте 2 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» согласно которой 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 товаре (в том числе товарного знака).

Согласно части 1 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» наружной рекламой признается реклама, распространенная с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее - рекламных конструкций), 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 учетом того, что внешние стены, двери и окна здания являются конструктивными элементами здания. Комиссией делается вывод, что реклама распространяется ООО «Импульс» с использованием средств стабильного территориального размещения, а именно на постерах, размещенных на окнах магазина, и световых коробах, расположенных у входной двери и на фасаде здания магазина, расположенного по адресу: г.Псков, ул.Вокзальная, д.26.

В соответствии с пунктом 5 части 2 статьи 21 Федерального закона N 38-ФЗ от 13.03.2006 г. "О рекламе", реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения, монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

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) (часть 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе»).

На постерах, размещенных на окнах магазина, и световых коробах, размещенных у входной двери и на фасаде здания магазина предупреждением о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции отсутствует.

Реклама не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации является ненадлежащей (часть 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 3 части 2 статьи 5, части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

Ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 5 части 2, части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

Из материалов дела следует, что рекламодателем и рекламодателем вышеуказанной рекламы является ООО «Импульс», как владелец данных рекламных постеров, как продавец и лицо, определившее содержание рекламы, а также как лицо, осуществляющее распространение рекламы алкогольной продукция, реализуемой ООО «Импульс», в магазине, расположенном по адресу: г.Псков, ул.Вокзальная, д.26.

Согласно информации ООО «Импульс» (вх. №861 от 20.03.2014 г.) на основании договора № < > от , >2013 года, заключенного ООО «Импульс» с ООО «С.М.-Реклама», ООО «С.М.-Реклама» изготовило три наклейки и световой короба. Акт выполненных работ № < > от 28.11.2013, квитанция к приходному кассовому ордеру № , > от 28.11.2013 г. подтверждают изготовление ООО «С.М.Реклама» по заказу ООО «Импульс» данной рекламно-информационной продукции.

Монтаж постеров и световых коробов осуществлялся ООО «Импульс»

самостоятельно.

Собранные по делу доказательства и установленные обстоятельства свидетельствуют о том, что нарушение законодательства о рекламе в данном случае содержится в действиях лица определившего содержание рекламы, а также осуществившего распространение рекламы – ООО «Импульс».

На основании вышеизложенного, руководствуясь пункта 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального 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

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространенную ООО «Импульс» на постерах, размещенных на окнах магазина, и световых коробах, размещенных у входной двери и на фасаде здания магазина, расположенного по адресу: г.Псков, ул.Вокзальная, д.26, поскольку в ней нарушены требования, установленные пунктом 3 части 2 статьи 5, пунктом 5 части 2, частью 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2010 года № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «Импульс» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Псковского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административном правонарушении.

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

Председатель Комиссии

_____././

Члены Комиссии:

_____//

_____//