

ИП <...>

РЕШЕНИЕ

ПО ДЕЛУ № 025/05/5-584/2020

27 июля 2020 года
Владивосток

Г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Приморскому краю (далее - Приморское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

председатель Комиссии: <...> – руководитель;

Члены Комиссии: < ... > – начальник отдела контроля антимонопольного законодательства и рекламы, <...> – специалист-эксперт отдела контроля антимонопольного законодательства и рекламы,

рассмотрев 27.07.2020 дело № 025/05/5-584/2020, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя < ... > по факту распространения рекламной информации с признаками нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

в присутствии:

от ИП <...> лично, предъявлен паспорт,

УСТАНОВИЛА:

18.02.2019 в Приморское УФАС России поступило обращение <...> (вх. № 1148) в отношении размещения рекламных конструкций на фасаде жилого дома без согласования с собственниками жилья, содержащее признаки нарушения ФЗ «О рекламе».

Для рассмотрения вопроса согласованного/несогласованного размещения рекламы, материалы заявления были перенаправлены Приморским УФАС России по подведомственности в Администрацию г. Владивостока (исх. № 163/06-3 от 05.03.2020).

Однако, Приморским УФАС России было принято решение рассмотреть содержательную часть размещенной рекламы.

Приморским УФАС России установлено, что на фасаде здания, расположенного по адресу: г. Владивосток по ул. Горная, д. 31, на конструкции, установленной с использованием технических средств стабильного территориального размещения содержится информация: *«Магазин разливных напитков. «Пивные войска», 70 сортов живого холодного пенного. Крафтовое пиво. Пиво в бутылке. Лимонад. Квас. Медовуха. Сидр. Морепродукты. Закуски к пенному. Чипсы. Снэки. ул. Горная, 31. Тел. 2-501-999».*

Указанная информация размещена не вблизи входа в магазин, а на торце здания.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» под рекламой понимается 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.

Из пункта 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» следует, что объектом рекламирования является 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.

В размещенной на фасаде здания, по вышеуказанному адресу, информации магазина ИП < ... > содержится упоминание таких товаров как: «Крафтовое пиво, Пиво в бутылке, Медовуха».

Поскольку рассматриваемая рекламная информация не содержит указания на конкретные марки алкогольной продукции (пива), то в данном случае имеет место не реклама пива и алкогольной продукции, а рекламируется фирменная сеть магазинов разливных напитков «Пивные войска» как продавца алкогольной продукции.

Вместе с тем, согласно пункту 4 части 2 статьи 2 ФЗ «О рекламе» специальные требования и ограничения, установленные ФЗ «О рекламе»

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 указанным Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

Таким образом, поскольку рассматриваемая рекламная информация о продавце алкогольной продукции (пива) установлена с использованием технических средств стабильного территориального размещения, а именно:

на конструкции, размещенной на внешней стене здания, в котором располагается магазин разливных напитков «Пивные войска», то в данном случае содержатся признаки нарушения пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Согласно пункту 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;

Кроме того, согласно части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе», в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в

отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

Вместе с тем, на рассматриваемой конструкции содержится изображение визуально сходное с изображением двуглавого орла, который является Государственным гербом Российской Федерации. Указанное изображение представлено в виде двуглавого орла и изменено в соответствии с тематикой заведения, продающего алкогольную продукцию. Вместе с тем, изменение стилистики незначительно и позволяет однозначно ассоциировать изображение с государственной символикой (гербом Российской Федерации). Кроме того, на указанной конструкции содержится текст «пивные войска». Совокупность указанного текста с изображением герба является недопустимым к использованию в рекламе в целях привлечения внимания потребителя к продукции, реализуемой в указанном заведении.

02.04.2020 Приморским УФАС России был составлен акт фиксации размещенной информации магазина «Пивные войска» по адресу: г. Владивосток по ул. Горная, д. 31. Согласно акту рассматриваемая рекламная информация демонтирована. Так же специалистами Приморского УФАС России зафиксировано размещение информации по указанному адресу, но уже рядом со входом в магазин «Пивные войска»: *«Магазин разливных напитков. «Пивные войска», 70 сортов живого холодного пенного. Крафтовое пиво. Пиво в бутылке. Лимонад. Квас. Медовуха. Сидр. Морепродукты. Закуски к пенному. Чипсы. Снэки»*. В размещенной информации так же содержится изображение, визуально сходное с изображением двуглавого орла.

Определением Приморского УФАС России от 12.05.2020 (исх. от 13.05.2020 № 3766/06-2) в отношении ИП <...> возбуждено дело № 025/05/5-584/2020 по факту распространения рекламной информации

с признаками нарушения требований части 6 статьи 5, пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Определением Приморского УФАС России от 03.06.2020 (исх. от 18.06.2020 № 4837/06-2) рассмотрение дела откладывалось.

Определением Приморского УФАС России от 10.07.2020 (исх. от 14.07.2020 № 5528/06-2) рассмотрение дела откладывалось.

27.07.2020 на заседании Комиссии ИП <...> представил письменные пояснения (вх. б/н от 27.07.2020) из которых следует, что размещение информации производилось с целью информирования потребителей о направленности деятельности торгового объекта.

Разработкой и печатью занималось рекламное агентство без заключения договора. Наименование агентства и переписка с ним не сохранилась.

Логотип и название магазина было взято из свободного доступа в сети интернет.

ИП <...> считает, что визуально изображение не сходно с гербом.

29.05.2020 размещенная информация была демонтирована по предписанию Департамента информационной политики Приморского края.

Комиссия с учетом представленной информации и пояснений считает, что рассматриваемая информация содержит нарушения требований части 6 статьи 5, пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Юмористический вид и подтекст рекламы «пивные войска» обесценивает и оскорбляет официальный государственный символ Российской Федерации, что недопустимо.

Согласно части 6 и 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель.

Согласно части 6 и 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель.

В рассматриваемом случае рекламодателем, в интересах которого распространялась вышеуказанная реклама, является ИП <...>.

Также установлено, что рассматриваемая реклама на момент рассмотрения дела больше не распространяется.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе», в соответствии с пунктом 3.58 Административного регламента ФАС России по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (Приказ ФАС России от 23.11.2012 № 711/12), а также руководствуясь пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу ИП <...>, поскольку в ней нарушены требования части 6 статьи 5, пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».
2. Обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения требований части 6 статьи 5, пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» не выдавать в связи с окончанием распространения рекламы.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, ответственность за которые предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 04.08.2020.

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>

ИП <...>

РЕШЕНИЕ

ПО ДЕЛУ № 025/05/5-584/2020

27 июля 2020 года
Владивосток

Г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Приморскому краю (далее - Приморское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

председатель Комиссии: <...> – руководитель;

Члены Комиссии: < ... > – начальник отдела контроля антимонопольного законодательства и рекламы, < ... > – специалист-эксперт отдела контроля антимонопольного законодательства и рекламы,

рассмотрев 27.07.2020 дело № 025/05/5-584/2020, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя < ... > по факту распространения рекламной информации с признаками нарушения

требований Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

в присутствии:

от ИП <...> лично, предъявлен паспорт,

УСТАНОВИЛА:

18.02.2019 в Приморское УФАС России поступило обращение <...> (вх. № 1148) в отношении размещения рекламных конструкций на фасаде жилого дома без согласования с собственниками жилья, содержащее признаки нарушения ФЗ «О рекламе».

Для рассмотрения вопроса согласованного/несогласованного размещения рекламы, материалы заявления были перенаправлены Приморским УФАС России по подведомственности в Администрацию г. Владивостока (исх. № 163/06-3 от 05.03.2020).

Однако, Приморским УФАС России было принято решение рассмотреть содержательную часть размещенной рекламы.

Приморским УФАС России установлено, что на фасаде здания, расположенного по адресу: г. Владивосток по ул. Горная, д. 31, на конструкции, установленной с использованием технических средств стабильного территориального размещения содержится информация: *«Магазин разливных напитков. «Пивные войска», 70 сортов живого холодного пенного. Крафтовое пиво. Пиво в бутылке. Лимонад. Квас. Медовуха. Сидр. Морепродукты. Закуски к пенному. Чипсы. Снэки. ул. Горная, 31. Тел. 2-501-999».*

Указанная информация размещена не вблизи входа в магазин, а на торце здания.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» под рекламой понимается 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.

Из пункта 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» следует, что объектом рекламирования является 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.

В размещенной на фасаде здания, по вышеуказанному адресу, информации магазина ИП < ... > содержится упоминание таких товаров как: «Крафтовое пиво, Пиво в бутылке, Медовуха».

Поскольку рассматриваемая рекламная информация не содержит указания на конкретные марки алкогольной продукции (пива), то в данном случае имеет место не реклама пива и алкогольной продукции, а рекламируется фирменная сеть магазинов разливных напитков «Пивные войска» как продавца алкогольной продукции.

Вместе с тем, согласно пункту 4 части 2 статьи 2 ФЗ «О рекламе» специальные требования и ограничения, установленные ФЗ «О рекламе»

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 указанным Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

Таким образом, поскольку рассматриваемая рекламная информация о продавце алкогольной продукции (пива) установлена с использованием технических средств стабильного территориального размещения, а именно:

на конструкции, размещенной на внешней стене здания, в котором располагается магазин разливных напитков «Пивные войска», то в данном случае содержатся признаки нарушения пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Согласно пункту 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;

Кроме того, согласно части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе», в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

Вместе с тем, на рассматриваемой конструкции содержится изображение визуально сходное с изображением двуглавого орла, который является Государственным гербом Российской Федерации. Указанное изображение представлено в виде двуглавого орла и изменено в соответствии с тематикой заведения, продающего алкогольную продукцию. Вместе с тем, изменение стилистики незначительно и позволяет однозначно ассоциировать изображение с государственной символикой (гербом Российской Федерации). Кроме того,

на указанной конструкции содержится текст «пивные войска». Совокупность указанного текста с изображением герба является недопустимым

к использованию в рекламе в целях привлечения внимания потребителя

к продукции, реализуемой в указанным заведении.

02.04.2020 Приморским УФАС России был составлен акт фиксации размещенной информации магазина «Пивные войска» по адресу: г. Владивосток по ул. Горная, д. 31. Согласно акту рассматриваемая рекламная информация демонтирована. Так же специалистами Приморского УФАС России зафиксировано размещение информации по указанному адресу, но уже рядом со входом в магазин «Пивные войска»: «Магазин разливных напитков. «Пивные войска», 70 сортов живого холодного пенного. Крафтовое пиво. Пиво в бутылке. Лимонад. Квас. Медовуха. Сидр. Морепродукты. Закуски к пенному. Чипсы. Снэки». В размещенной информации так же

содержится изображение, визуально сходное с изображением двуглавого орла.

Определением Приморского УФАС России от 12.05.2020 (исх. от 13.05.2020 № 3766/06-2) в отношении ИП <...> возбуждено дело № 025/05/5-584/2020 по факту распространения рекламной информации с признаками нарушения требований части 6 статьи 5, пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Определением Приморского УФАС России от 03.06.2020 (исх. от 18.06.2020 № 4837/06-2) рассмотрение дела откладывалось.

Определением Приморского УФАС России от 10.07.2020 (исх. от 14.07.2020 № 5528/06-2) рассмотрение дела откладывалось.

27.07.2020 на заседании Комиссии ИП <...> представил письменные пояснения (вх. б/н от 27.07.2020) из которых следует, что размещение информации производилось с целью информирования потребителей о направленности деятельности торгового объекта.

Разработкой и печатью занималось рекламное агентство без заключения договора. Наименование агентства и переписка с ним не сохранилась.

Логотип и название магазина было взято из свободного доступа в сети интернет.

ИП <...> считает, что визуально изображение не сходно с гербом.

29.05.2020 размещенная информация была демонтирована по предписанию Департамента информационной политики Приморского края.

Комиссия с учетом представленной информации и пояснений считает, что рассматриваемая информация содержит нарушения требований части 6 статьи 5, пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Юмористический вид и подтекст рекламы «пивные войска» обесценивает и оскорбляет официальный государственный символ Российской Федерации,

что недопустимо.

Согласно части 6 и 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель.

Согласно части 6 и 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе» несет рекламодаделец.

В рассматриваемом случае рекламоделом, в интересах которого распространялась вышеуказанная реклама, является ИП <...>.

Также установлено, что рассматриваемая реклама на момент рассмотрения дела больше не распространяется.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе», в соответствии с пунктом 3.58 Административного регламента ФАС России по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (Приказ ФАС России от 23.11.2012 № 711/12), а также руководствуясь пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу ИП <...>, поскольку в ней нарушены требования части 6 статьи 5, пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».
2. Обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения требований части 6 статьи 5, пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» не выдавать в связи с окончанием распространения рекламы.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, ответственность за которые предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 04.08.2020.

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>