

Лицо, в действиях которого
содержатся признаки нарушения
законодательства Российской
Федерации о рекламе:

ООО «Р»

РЕШЕНИЕ

по делу № 03-21/01-2018

о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«01» февраля 2018 года

г. Йошкар-Ола

Резолютивная часть решения объявлена: «26» января 2018 года

Полный текст решения изготовлен: «01» февраля 2018 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя управления Ф.,

член Комиссии – начальник отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Е,

член Комиссии – специалист 1 разряда отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов В,

рассмотрев дело № 03-21/01-2018, возбужденное по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, части 9 статьи 19, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившееся в размещении рекламной конструкции по адресу г. Йошкар-Ола, ул. Машиностроителей, д. 22,

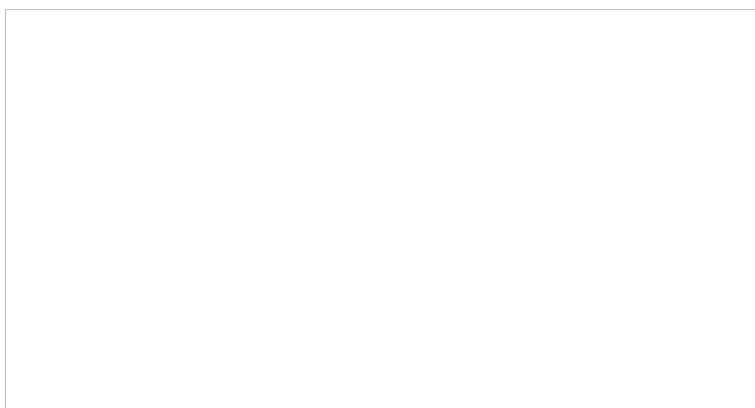
в присутствии представителя ООО - К, действующей на основании доверенности от 28.10.2017,

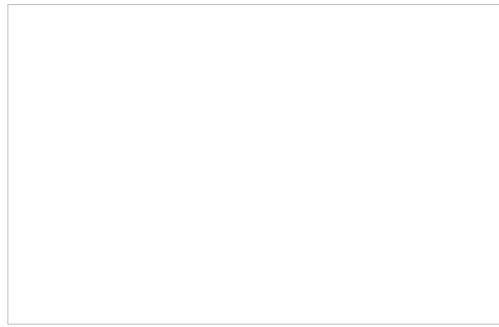
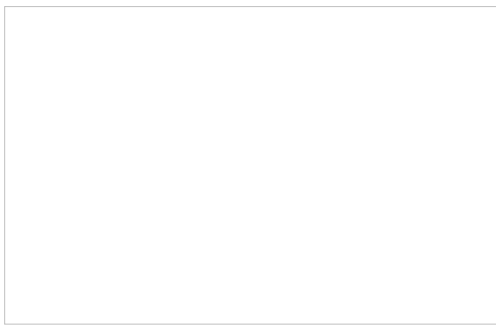
в отсутствии иных лиц, надлежащим образом извещенных о дате, времени и месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

В целях осуществления государственного контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Марийским УФАС России был проведен мониторинг рекламы, распространенной на территории городского округа «Город Йошкар-Ола».

В ходе мониторинга была обнаружена рекламная конструкция, содержащая признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, части 9 статьи 19, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), расположенная по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Машиностроителей, д. 22, следующего содержания:





На основании изложенного Марийским УФАС России возбуждено дело №03-21/01-2018 по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, части 9 статьи 19, части 3 статьи 21 Закона о рекламе.

В качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, привлечено ООО.

На заседании комиссии ООО согласилось, что рассматриваемая реклама является ненадлежащей и противоречит законодательству Российской Федерации о рекламе.

Комиссия Марийского УФАС России, рассмотрев полученные материалы и документы, письменные и устные пояснения лиц, участвующих в деле, приходит к выводу о нарушении законодательства о рекламе при распространении рассматриваемой рекламы на основании следующего.

В соответствии со статьей 3 Закона 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.

Под объектом рекламирования понимают 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 (статья 3 Закона о рекламе).

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена (письмо ФАС России от 05 апреля 2007 года исх. № АЦ/4624).

Информация, размещенная адресу г. Йошкар-Ола, ул. Машиностроителей, д. 22, соответствует изложенным критериям рекламы: привлекает к объекту рекламирования внимание неопределенного круга лиц (потенциальных потребителей рекламы); не содержит указания на конкретный субъект ее

получения; формирует и поддерживает интерес к рекламируемой информации и продвигает ее на рынке аналогичных услуг, следовательно, является рекламой, в том числе, алкогольной продукции (пива).

В соответствии со статьей 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной; недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются. Согласно пункту 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Пункт 29 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» устанавливает, что информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах. В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем употребления слов "лучший", "первый", "номер один", должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение. Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами ([пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе](#)).

В рекламной конструкции Вятч-бар указано «Лучшие спортивные трансляции», однако доказательств, указывающих, по какому критерию и относительно чего данные спортивные трансляции лучшие, в материалах дела не представлено и в рассматриваемой рекламе не указано.

Таким образом, реклама нарушает пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно части 9 статьи 19 Закона 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.

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.

Письмом от 06.12.2017 №028-29/01-1654-17 администрация городского округа «Город Йошкар-Ола» сообщила, что разрешений на установку и эксплуатацию

рекламных конструкций на фасаде многоквартирного дома по адресу: РМЭ, г.Йошкар-Ола, ул. Машиностроителей, д.22 не выдавала, сведения о владельце рекламных конструкций отсутствуют.

ООО «Жилищно-эксплуатационная управляющая компания «Южная» также не располагает информацией о владельце рекламных конструкций по указанному адресу, договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций не заключало (письмом от 21.12.2017 № 965).

Таким образом, в действиях ООО присутствует нарушение части 9 статьи 19 Закона о рекламе, выразившееся в использовании рекламной конструкции без разрешения органа местного самоуправления на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Согласно части 3 статьи 21 Закона 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).

Рассматриваемая реклама фиксирует внимание потребителей на изображении кружки с пенным напитком, изображениях закусок, футбольного мяча. Использованные графические изображения (изображение пенного напитка, различных видов закусок к нему), словесные приемы («11 сортов разливного», «к пиву и не только..»), привлекают внимание потребителей, формируя у последних образ рекламы алкогольного продукта. Изображение кружек с учетом контекста рекламы ассоциируется у потребителей прежде всего с пивом.

В соответствии с пунктом 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» 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. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как спиртные напитки (в том числе водка, коньяк), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

Согласно отчету о реализации с 19.09.2016 по 27.11.2017 года, ООО реализует пиво «Брандер Бир» темное разливное, пиво «Вайсберг» нефильтованное разливное, пиво «Вятч Бочковое» разливное, пиво «Вятч Жигулевское» разливное, пиво «Вятч Нефилтрованное» разливное, пиво «Петергоф» разливное, пиво «Сакура Вишневая» разливное и другие, которые являются алкогольной продукцией, поскольку содержат этиловый спирт 4,0-4,9%, то есть более 0,5 процента объема готовой продукции. Указанные сведения отражают фактическую реализацию в Вятч Бар алкогольной продукции, реклама которой размещена на фасаде здания, расположенного по адресу г. Йошкар-Ола, ул. Машиностроителей, д. 22.

Как видно из фотографии спорной рекламной конструкции, предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции отсутствует, а, следовательно, реклама нарушает часть 3 статьи 21 Закона о рекламе.

Таким образом, Комиссия Марийского УФАС России на основе собранных доказательств приходит к итоговому выводу о том, что рассматриваемая реклама нарушает требования пункта 1 части 3 статьи 5, части 9 статьи 19, части 3 статьи 21 Закона о рекламе.

В силу части 6 [статьи 38](#) Закона о рекламе ответственность за нарушение пункта 1 части 3 статьи 5, части 3 статьи 21 Закона о рекламе несет рекламоатель.

Рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 9 статьи 19 Закона о рекламе.

Пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе предусмотрены понятия рекламоателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя.

Рекламоатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Между ООО и ИП И (арендодатель) заключен договор аренды нежилого помещения от 28.08.2017г. №б/н, предметом договора является право владения и пользования нежилым помещением, расположенным по адресу: Республика Марий Эл, город Йошкар-Ола, ул. Машиностроителей, д.22.

Комиссия Марийского УФАС России на основе собранных по делу документов и доказательств приходит к выводу о том, что рекламоателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ООО, что тоже не опровергнуто обществом.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламоателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

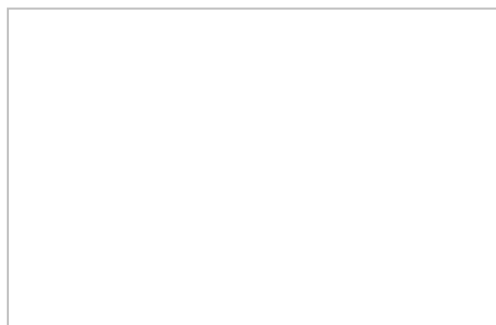
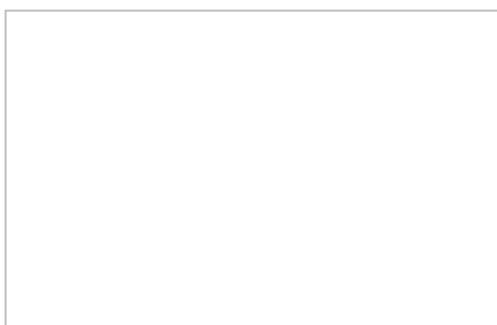
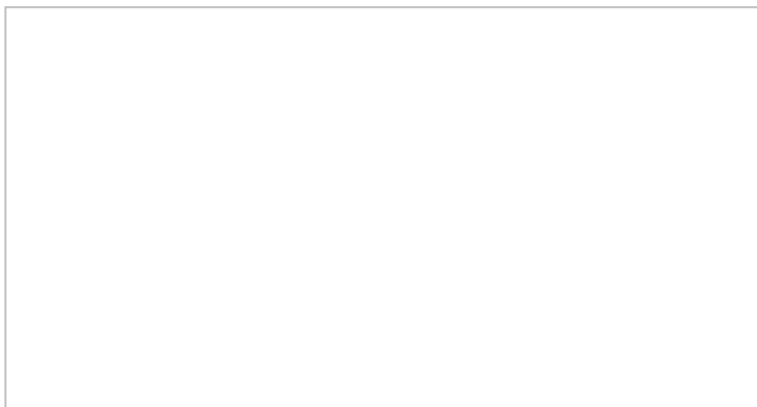
В материалах дела отсутствуют документальные доказательства, отражающие факт устранения ООО нарушения законодательства о рекламе.

На основании указанного, Комиссия Марийского УФАС России, считает, что в данном случае имеются основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ООО

Руководствуясь частью 2 пункта 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 алкогольной продукции, размещенную на внешней стене здания, расположенного по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Машиностроителей, д.22, следующего содержания:



поскольку она не соответствует требованиям пункта 1 части 3 статьи 5, части 9 статьи 19, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать обществу с ограниченной ответственностью предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в соответствии со статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии

**Лицо, в действиях которого
содержатся признаки нарушения**

ПРЕДПИСАНИЕ
О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ
ПО ДЕЛУ № 03-21/01-2018

«01» февраля 2018 года
Ола

г. Йошкар -

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя управления Ф;

член Комиссии – начальник отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Е;

член Комиссии – специалист 1 разряда отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов В

на основании своего решения от «01» февраля 2018 г. по делу № 03-21/01-2018 о признании ненадлежащей рекламы, размещенной по адресу г. Йошкар-Ола, ул. Машиностроителей, д. 22, руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Обществу с ограниченной ответственностью в течение 1 месяца со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно прекратить распространение рекламы на рекламной конструкции, расположенной по адресу г. Йошкар-Ола, ул. Машиностроителей, д. 22, с нарушением пункта 1 части 3 статьи 5, части 9 статьи 19, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе».

2. Обществу с ограниченной ответственностью представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в течение трех дней с момента его исполнения.

Примечание!

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Управление Федеральной антимонопольной службы России по Республике Марий Эл вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии: