

ИГ/46808/17 от 14.09.2017

ООО «4 ПАПАС»

129164, г. Москва,
ул. Маломосковская, д. 21, корп. 1

117331, г. Москва,
ул. Кравченко, д. 8, стр. 6

РЕШЕНИЕ

по делу № 3-21-78/77-17

«30» марта 2017 г.

г. Москва

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

председателя Комиссии – <...>,

членов Комиссии – <...>, <...>,

рассмотрев дело № 3 21 78/77 17 в отношении ООО «4 ПАПАС» по факту распространения в мае - июне 2016 года на уличных зонтиках возле пиццерии «Папа Джон'с Пицца», расположенной по адресу г. Москва, ул. Кравченко, д. 8, стр. 6, рекламы пива «Amstel» с признаками нарушения части 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38 ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе),

в присутствии представителя ООО «4 ПАПАС» в лице <...> (по доверенности № <...>),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3 21 78/77 17 возбуждено Московским УФАС России на основании заявления физического лица относительно распространения в мае - июне 2016 года на уличных зонтиках возле пиццерии «Папа Джон'с Пицца», расположенной по адресу г. Москва, ул. Кравченко, д. 8, стр. 6, рекламы пива «Amstel».

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, выслушав доводы ООО «4 ПАПАС», применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

ООО «4 ПАПАС» (место нахождения: 129164, г. Москва, ул. Маломосковская, д. 21, корп. 1) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 19.03.2003 за основным государственным регистрационным номером 1037736007627, ИНН 7736231666, КПП 771701001.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является 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 соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, 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 соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе, товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

На уличных зонтиках возле пиццерии «Папа Джон'с Пицца», расположенной по адресу г. Москва, ул. Кравченко, д. 8, стр. 6 размещалась реклама пива «Amstel; Наслаждайся жизнью, здесь не торопят время», что подтверждается фотографиями, представленными

заявителем.

Исходя из содержания рассматриваемой рекламы, целью размещения указанных сведений является привлечение внимания потребителей к алкогольной продукции, а именно пиву «Amstel».

Рассматриваемые фотографии представлены в электронном виде и данные файлы содержат информацию о дате и времени съемки, а также GPS координаты места фотографирования.

Данные исходного файла подтверждают, что фотография, представленная заявителем и содержащая изображение зонтиков с нанесенным на них товарным знаком «Amstel» сделана 22.05.2016 в 14 часов 36 минут. GPS координаты: широта — 55; 40; 34,299999999...; долгота — 37; 31; 8,899999999..., что при проверке через «Гугл карты» соответствует адресу г. Москва, ул. Кравченко, д. 8, стр. 6.

Какие-либо обоснованные причины сомневаться в достоверности представленных заявителем фотографий у Комиссии Московского УФАС России отсутствуют.

Доказательств фальсификации фотографий, имеющих в материалах дела ООО «4 ПАПАС» не представлена, в связи с чем Комиссия отклоняет данный довод ответчика, как необоснованный.

Представителем ООО «4 ПАПАС» заявлен довод о том, что в материалах дела отсутствует акт выезда сотрудников антимонопольного органа на место распространения рекламы и фиксации соответствующего факта.

Однако нормативными правовыми актами, регламентирующими деятельность антимонопольного органа по рассмотрению заявлений и дел о нарушении законодательства Российской Федерации не установлена обязанность составления такого акта.

На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что факт размещения на уличных зонтиках летнего кафе «Папа Джонс», расположенного по адресу г. Москва, ул. Кравченко, д. 8, стр. 6, рекламы пива «Amstel» установлен.

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.

Реклама размещалась на уличных зонтиках, расположенной по адресу г. Москва, ул. Кравченко, д. 8, стр. 6, в непосредственной близости к пешеходной зоне и направлена на пешеходов и посетителей пиццерии «Папа Джонс». Таким образом, установлено, что место и способ распространения рассматриваемой рекламы является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по территории его распространения и кругу лиц-потребителей рекламы, Комиссией Московского УФАС России не установлено.

Согласно части 2.1 статьи 21 Закона о рекламе, реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в

стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов.

В соответствии с пунктом 5 статьи 2 Федерального закона от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», стационарный торговый объект - торговый объект, представляющий собой здание или часть здания, строение или часть строения, прочно связанные фундаментом такого здания, строения с землей и подключенные (технологически присоединенные) к сетям инженерно-технического обеспечения.

Таким образом, уличные зонтики расположены за пределами стационарного торгового объекта, в котором осуществляется розничная продажа алкогольной продукции.

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», под алкогольной продукцией понимается 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, коньяк), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

Согласно Реестру алкогольной продукции, размещенному на сайте fsrar.ru, официальном сайте Федеральной службы по регулированию алкоголя, наименование «Амстел» зарегистрировано для алкогольной продукции с содержанием этилового спирта 5,1% объема готовой продукции.

На основании изложенного при распространении указанной рекламы усматриваются признаки нарушения части 2.1 статьи 21 Закона о рекламе, выразившиеся в распространении рекламы алкогольной продукции, а именно пива «Amstel», за пределами стационарного торгового объекта, в котором осуществляется продажа алкогольной продукции.

Согласно части 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 8 части 2 статьи 21 Закона о рекламе, несет рекламодатель, рекламодатель, распространитель.

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является лицо, осуществляющее

распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Таким образом, рекламораспространителем является лицо, осуществляющее непосредственное доведение рекламы до неопределенного круга лиц.

В соответствии с вывеской на здании под вывеской «Папа Джонс», управление пиццерией осуществляет ООО «4 ПАПАС». Рассматриваемые уличные зонтики, располагаются в непосредственной близости с данным зданием, под ними располагается летняя территория пиццерии. Таким образом, размещение данных зонтиков с изображением на них рекламы пива «Amstel» осуществляется ООО «4 ПАПАС». Факт принадлежности указанного летнего кафе ООО «4 ПАПАС» Обществом не отрицается.

На основании изложенного, учитывая то обстоятельство, что действия по непосредственному доведению рекламы до конечных получателей осуществлены ООО «4 ПАПАС», в данном случае имеются все основания считать ООО «4 ПАПАС» рекламораспространителем в понимании пункта 7 статьи 3 Закона о рекламе.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

В дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на основании которых рассматриваемая реклама размещалась.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, не является мерой ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ООО «4 ПАПАС» предписания о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе.

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

РЕШИЛА:

1. Признать ООО «4 ПАПАС» нарушившим требования части 2.1 статьи 21 Закона о рекламе при распространении в мае-июне 2016 года на уличных зонтиках возле пиццерии «Папа Джон'с Пицца», расположенной по адресу г. Москва, ул. Кравченко, д. 8, стр. 6, рекламы алкогольной продукции, а именно пива «Amstel».

2. Выдать ООО «4 ПАПАС» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>

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

