

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №132-ФАС22-Р/10-16

Решение изготовлено в полном объеме 29 ноября 2016 года.

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

<...>

рассмотрев дело №132-ФАС22-Р10-16 по факту распространения ИП Функ по адресу: г.Славгород, микрорайон 3, д.15, наружной рекламой алкогольной продукции (пиво); в отсутствие лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – ИП Функ,

УСТАНОВИЛА:

в соответствии с п.30 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рассмотрение дела в отсутствие сторон возможно лишь в случаях, если имеются данные об их своевременном извещении о месте и времени рассмотрения дела и если от них не поступило мотивированное ходатайство об отложении рассмотрения дела или указанное ходатайство не удовлетворено антимонопольным органом.

Определение о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства о рекламе было отправлено заказным письмом с уведомлением на адрес регистрации ИП Функ и на почтовый адрес.

По указанным адресам, согласно отчета, сформированного официальным сайтом Почта России, об отслеживании отправления ИП Функ, с почтовыми идентификаторами 65606803517454; 65606804097603; 65606804056310 почтовую корреспонденцию не получает.

Согласно постановлению Пленума ВАС РФ от 30.07.2013г. №61 «О некоторых вопросах практики рассмотрения споров, связанных с достоверностью адреса юридического лица», юридическое лицо несет риск последствий неполучения юридически значимых сообщений, поступивших по его адресу, указанному в ЕГРЮЛ, а также риск отсутствия по этому адресу своего представителя, и такое юридическое лицо не вправе в отношениях с лицами, добросовестно полагавшимися на данные ЕГРЮЛ об адресе юридического лица, ссылаться на данные, не внесенные в указанный реестр, а также на достоверность данных, содержащихся в нем (в том числе на ненадлежащее извещение в ходе рассмотрения дела судом, в рамках производства по делу об административном правонарушении и т.п.).

Таким образом, с учетом того, что гражданин, осуществляющий предпринимательскую деятельность в качестве индивидуального предпринимателя, должен получать корреспонденцию по адресу регистрации и с учетом, что антимонопольным органом предприняты все возможные в рамках полномочий попытки уведомления ИП Функ о месте и дате рассмотрения дела, ИП Функ считается уведомленной.

На основании изложенного Комиссией принято решение о рассмотрении дела в отсутствие ИП Функ.

Комиссия, заслушав доклад члена Комиссии, изучив материалы дела и исследовав доказательства по делу, дав им надлежащую оценку, пришла к следующим выводам.

В июле 2016г. Алтайским краевым УФАС России выявлен факт распространения по адресу: г.Славгород, микрорайон 3, д.15, при входе в магазин «BEER HOUSE» слева, на конструктивном элементе здания (дверь) наружной рекламы алкогольной продукции (пиво) с изображением шести видов (торговых марок) пива – «KRUGER классическое», «KRUGER» бархатное», «Жигулёвское», «Cesky Dzbanek», «Трое в лодке», «Сибирский пивовар», сопровождающейся значком 18 и предупреждением «Чрезмерное употребление алкогольной продукции вредит вашему здоровью».

В данной рекламе усматриваются признаки нарушения п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

В соответствии с п.5 ч.2 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-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.

Согласно ст.3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» реклама – это 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.

Согласно подпункта 7 статьи 2 Федерального закона от 18.07.2011г. №218-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.

В соответствии с ч.4. ст.2 Федерального закона «О рекламе», специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом 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 настоящим Федеральным законом установлены

специальные требования и ограничения.

В соответствии с п.2 Постановления Пленума ВАС №58 от 08.10.2012г. «О некоторых вопросах практики применения Арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы судам необходимо учитывать, что 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).

Информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара (пункт 16 информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 N 37 "Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе").

Таким образом, у потребителей информация с изображением шести видов торговых марок – «KRUGER классическое», «KRUGER» бархатное», «Жигулёвское», «Cesky Dzbaneк», «Трое в лодке», «Сибирский пивовар» ассоциируется с рекламой пива.

Рассматриваемая информация с изображением шести видов (торговых марок) пива – «KRUGER классическое», «KRUGER» бархатное», «Жигулёвское», «Cesky Dzbaneк», «Трое в лодке», «Сибирский пивовар», содержащая предупреждение, предусмотренное для рекламы алкогольной продукции в соответствии с ч.3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» - «Чрезмерное употребление алкогольной продукции вредит вашему здоровью», распространенная на конструктивном элементе здания (дверь) жилого дома с административными помещениями по адресу: г.Славгород, микрорайон 3 полностью соответствует легальному определению понятия «реклама», закрепленному в статье 3 Федерального закона «О рекламе, направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к алкогольной продукции (пиво) марок - «KRUGER классическое», «KRUGER» бархатное», «Жигулёвское», «Cesky Dzbaneк», «Трое в лодке», «Сибирский пивовар», способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их на рынке.

Данные обстоятельства указывают на ненадлежащую рекламу, поскольку не соблюдены требования п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

Реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, признается, согласно пункту 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», ненадлежащей.

В соответствии со ст.38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требований установленных требованиями п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

Согласно п.7 ст.3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Из имеющихся в материалах дела документов следует, что рекламодателем указанной рекламной информации является - ИП Функ, которая пользуется помещением по адресу: г.Славгород, микрорайон 3, д.15.

Таким образом, Комиссией установлен факт нарушения ИП Функ п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе», выразившегося в распространении по адресу: г.Славгород, микрорайон 3, д.15 ненадлежащей наружной рекламы алкогольной продукции (пиво).

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 наружную рекламу алкогольной продукции (пиво) распространенную по адресу: г.Славгород, микрорайон 3, д.15, с изображением шести видов (торговых марок) пива – «KRUGER классическое», «KRUGER» бархатное», «Жигулёвское», «Cesky Dzbanek», «Трое в лодке», «Сибирский пивовар», сопровождающейся значком 18 и предупреждением «Чрезмерное употребление алкогольной продукции вредит вашему здоровью», ненадлежащей, так как при ее распространении нарушены требования п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать рекламодателя ИП Функ нарушившей требования п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

3. Выдать рекламодателю ИП Функ предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

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

<...>

ПРЕДПИСАНИЕ № 164

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

29 ноября 2016г.

г.Барнаул

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

<...>

на основании своего решения от 29 ноября 2016г. по делу №132-ФАС22-Р/10-16 о признании ненадлежащей наружной рекламы алкогольной продукции (пиво),

распространенной ИП Функ О.В., поскольку при ее распространении нарушены требования п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП Функ (ИНН 221002987008) **в срок до 15 декабря 2016г.** прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: прекратить распространение по адресу: г.Славгород, микрорайон 3, д. 15 рекламы алкогольной продукции (пиво) с изображением шести видов (торговых марок) пива – «KRUGER классическое», «KRUGER» бархатное», «Жигулёвское», «Cesky Dzbanek», «Трое в лодке», «Сибирский пивовар», сопровождающейся значком 18 и предупреждением «Чрезмерное употребление алкогольной продукции вредит вашему здоровью».

2. ИП Функ представить в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **до 19 декабря 2016г.**

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе, управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю 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 до пятисот тысяч рублей.

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

<...>