

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 92/15

Резолютивная часть решения оглашена «18» сентября 2015 г.

Решение в полном объеме изготовлено «01» октября 2015 г.
Новосибирск

г.

Комиссия Новосибирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: Т.В. Лопаткина – заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы,

члены Комиссии: Е.А. Скоп – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы,

В.Ю. Строгин – специалист-эксперт отдела рекламы,

рассмотрев дело № 92/15, возбужденное в отношении Общества с ограниченной ответственностью ООО «Альт» (юридический адрес: 630052, г. Новосибирск, ул. Троллейная, д.85, ОГРН: 1115476105546 от 09.09.2011 г., ИНН: 5404444716) по факту размещения на фасада сооружения, расположенного по адресу: г. Новосибирск, ул. Киевская, д. 14 к. 1 («Пивоварня», сеть разливных напитков), баннера с информацией следующего содержания:

«Пиво ТМ «Барнаульское бочковое» непастеризованное (Эмблема «Барнаульский пивоваренный завод»)/ Живое пиво «Барнаульское бочковое непастеризованное» Это – мягкое пиво, сваренное по классическому рецепту. В результате длительного созревания пиво насыщается естественной углекислотой, поэтому обладает более полным солодовым вкусом и хмельным ароматом. Исключение этапа пастеризации позволяет наслаждаться его живым и полным вкусом. /Пиво «Барнаульское бочковое непастеризованное» - это исключительно свежий продукт, срок хранения пива в кеге-бочке – 8 суток. / Тип: светлое пиво низового брожения / Экстрактивность начального сусла 11% /Алкоголь 4,3 об./ Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью», с изображением стакана с логотипом рекламируемого пива и пивного бочонка, с признаками нарушения:

- п.5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон 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,

в присутствии:

заявителей – физическое лицо «...» - не явился (уведомлен надлежащим образом),

представителя Комитета рекламы и информации мэрии г. Новосибирска - представитель с надлежащими полномочиями не явился (уведомлен надлежащим образом),

представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - ООО «Альт» - «...» (Доверенность № 47 от 14.09.2015 г.),

У С Т А Н О В И Л А:

01.06.2015 г. в Новосибирское УФАС России поступило обращение Комитета рекламы и информации мэрии г. Новосибирска (вх. № 5084), 09.06.2015 г. поступило обращение физического лица (вх. № 3390) по факту размещения на фасаде здания магазина по адресу: г. Новосибирск, ул. Киевская, д. 14 к. 1 рекламы алкогольной продукции, с признаками нарушения Закона о рекламе.

Новосибирским УФАС России в ходе рассмотрения указанных обращений установлено, что на фасаде сооружения, расположенного по адресу: г. Новосибирск, ул. Киевская, д. 14 к. 1 («Пивоварня», сеть разливных напитков), размещался баннер с информацией следующего содержания:

«Пиво ТМ «Барнаульское бочковое» непастеризованное (Эмблема «Барнаульский пивоваренный завод»)/ Живое пиво «Барнаульское бочковое непастеризованное» Это – мягкое пиво, сваренное по классическому рецепту. В результате длительного созревания пиво насыщается естественной углекислотой, поэтому обладает более полным солодовым вкусом и хмельным ароматом. Исключение этапа пастеризации позволяет наслаждаться его живым и полным вкусом. /Пиво «Барнаульское бочковое непастеризованное» - это исключительно свежий продукт, срок хранения пива в кеге-бочке – 8 суток. / Тип: светлое пиво низового брожения / Экстрактивность начального сусла 11% /Алкоголь 4,3 об./ Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью», с изображением стакана с логотипом рекламируемого пива и пивного бочонка.

Указанный баннер закреплен с использованием металлических креплений к фасадной стене сооружения магазина (Акт фиксации информации от 11.06.2015 г.).

Согласно п.1 ст.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. Рассматриваемая информация является рекламной, т.к. привлекает внимание неопределенного круга лиц к товару (пиву определенной марки), изображенному на рекламе и предлагаемому к реализации определенным продавцом, и способствует его продаже, что в полной мере соответствует определению, указанному в Законе о рекламе.

Объектом рекламирования, согласно п.2 ст. 3 Закона о рекламе, 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.

Товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (п.3 ст.3 Закона о рекламе).

Объектом рекламирования в данном случае является пиво марки «Барнаульское бочковое».

Таким образом, указанная информация, является рекламной, поскольку содержит в себе все юридически значимые признаки определения рекламы.

Согласно подпункту "г" пункта 3 статьи 1 Федерального закона от 18.07.2011 "О внесении изменений в Федеральный закон от 18.07.2011 N 218-ФЗ "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции" и отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившим силу Федерального закона "Об ограничениях розничной продажи и потребления (распития) пива и напитков, изготавливаемых на его основе" (далее - Закон N 218-ФЗ), с 1 июля 2012 года 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), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива.

В соответствии с ч.1 ст.19 ФЗ «О рекламе», распространение наружной рекламы 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 соблюдением требований настоящей статьи. 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.

Согласно п.5 ч. 2 ст. 21 Закона 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.

Поскольку рассматриваемая реклама размещена на фасадной части здания магазина, то данные обстоятельства указывают на нарушение п.5 ч.2 ст.21 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение требований ч. 2 ст.21 Закона о рекламе несет рекламодатель (ст. 38 Закона о рекламе).

В соответствии с п.7 ст.3 Закона о рекламе, рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно информации, предоставленной Комитетом рекламы и информации мэрии г. Новосибирска (вх. № 6618 от 20.07.2015 г.), разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на рассматриваемую рекламу не выдавалось.

При этом, ООО «Альт» (юридический адрес: 630052, г. Новосибирск, ул. Тrolleyная, д.85, ОГРН: 1115476105546 от 09.09.2011 г., ИНН: 5404444716) выдано предписание о прекращении нарушения порядка установки и (или) эксплуатации рекламных и информационных конструкций.

Кроме того, Актом фиксации информации антимонопольного органа установлено, что согласно вывеске деятельность в магазине по адресу: г. Новосибирск, ул. Киевская, д. 14 к. 1, осуществляет ООО «Альт», что подтверждается соответствующим фискальным чеком № 6506 от 14.06.2015 г.

Также, согласно материалам дела, земельный участок на котором размещен рассматриваемый торговый павильон, в котором осуществляется реализация пива (адрес: г. Новосибирск, ул. Киевская, д. 14 к. 1), арендует ООО «Маячок» у мэрии г. Новосибирска на основании Договора аренды земельного участка для размещения нестационарного объекта № 111458а от 22.05.2012 г.

В свою очередь, между ООО «Маячок» (арендодатель) и ООО «Альт» (арендатор) заключен Договор аренды № 07/2.2014 по которому арендодатель передает, а арендатор принимает в аренду недвижимое имущество, расположенное по адресу: г. Новосибирск, ул. Киевская, (14) под магазин, закусочную.

На рассмотрении дела представитель Общества «...» пояснил, что он является менеджером в ООО «Альт» и самостоятельно принял решение о размещении рассматриваемой рекламы.

«...» произвел заказ рекламного баннера «Бочковое» у ООО «Асгард групп» на основании Договора о предоставлении услуг № 087, оплатил работы по Квитанции от 05.05.2015 г.

«...» представлен Приказ о его приеме на работу № 6 от 01.07.2014 г. в ООО «Альт» на должность менеджера, заключенный Трудовой договор № 11 от 01.07.2014 г.

При этом, согласно требованиям ст. 402 Гражданского Кодекса РФ (далее – ГК РФ), действия работников должника по исполнению его обязательства считаются действиями должника. Должник отвечает за эти действия, если они повлекли неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательства.

В [ст. 1068](#) ГК РФ предусмотрено, что юридическое лицо возмещает вред, причиненный его работником при исполнении трудовых (служебных, должностных) обязанностей. В этих случаях действия работников рассматриваются как действия работодателя, а юридическое лицо несет ответственность за действия своих работников.

Принимая во внимание вышеизложенное, ООО «Альт» является рекламодателем рассматриваемой рекламы.

В связи с тем, что нарушение п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе ООО «Альт» устранены, Комиссия Новосибирского УФАС России считает выдачу предписания

об устранения нарушения законодательства РФ о рекламе нецелесообразным.

Согласно п.4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации. Ненадлежащая реклама не допускается.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия, руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13 марта 2006 г. и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

1. Признать Общество с ограниченной ответственностью ООО «Альт» (юридический адрес: 630052, г. Новосибирск, ул. Тролейная, д.85, ОГРН: 1115476105546 от 09.09.2011 г., ИНН: 5404444716), нарушившим требования:

- п.5 ч. 2 ст. 21 Закона 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,

а информацию, размещенную на баннере в июле 2015 г., на фасаде сооружения, расположенного по адресу: г. Новосибирск, ул. Киевская, д. 14 к. 1 («Пивоварня», сеть разливных напитков), следующего содержания:

«Пиво ТМ «Барнаульское бочковое» непастеризованное (Эмблема «Барнаульский пивоваренный завод»)/ Живое пиво «Барнаульское бочковое непастеризованное» Это – мягкое пиво, сваренное по классическому рецепту. В результате длительного созревания пиво насыщается естественной углекислотой, поэтому обладает более полным солодовым вкусом и хмельным ароматом. Исключение этапа пастеризации позволяет наслаждаться его живым и полным вкусом. /Пиво «Барнаульское бочковое непастеризованное» - это исключительно свежий продукт, срок хранения пива в кеге-бочке – 8 суток. / Тип: светлое пиво низового брожения / Экстрактивность начального сусла 11% /Алкоголь 4,3 об./ Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью», с изображением стакана с логотипом рекламируемого пива и пивного бочонка, ненадлежащей рекламой.

2. В связи с добровольным устранением нарушения предписание об устранении нарушения законодательства РФ о рекламе ООО «Альт» не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Новосибирского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 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.

