

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 50

о наложении штрафа по делу № 4-05/40

об административном правонарушении

22 июля 2015 года

Хабаровск

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю <...>, рассмотрев протокол об административном правонарушении от 22 июля 2015 г. и материалы дела № 4-05/40, возбужденного в отношении ООО «СТ-Гамма» (место нахождения: 680005, г. Хабаровск, ул. Республиканская, 17, ИНН 2723175415, КПП 272301001, государственная регистрация в качестве юридического лица 16.10.2014 г. в ИФНС по Индустриальному району г. Хабаровска),

в присутствии генерального директора ООО «СТ-Гамма» <...>.,

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением требований рекламного законодательства Хабаровским УФАС России 24 апреля 2015 г. отслежены щитовые рекламные конструкции следующего содержания: «Алкомаркет «Столица». Официальный дистрибьютор. Мы контролируем качество и цены. -20%».

Наружная информация размещена на фасадах зданий над входом в магазины «Столица», специализирующиеся на реализации алкогольной продукции, по адресам в г. Хабаровске:

- переулок Трубный, 6;

- переулок Ленинградский, 13, а также на вывесках перед входом в магазины по указанным адресам.

Лицом, в чьих интересах размещена реклама, является ООО «СТ-Гамма».

Указание в рекламе информации «- 20%» означает, что в сети магазинов «Столица» цены на весь ассортимент алкогольной продукции ниже по сравнению с рыночными.

Из пояснений ООО «СТ-Гамма» (вх. № 4/4380 от 19.05.2015 г.), следует, что

правомерность указания в рекламе о снижении цен в сети магазинов «Столица» на 20%, подтверждается результатами выборочного мониторинга цен, проводимого Обществом ежемесячно путем сравнения цен на алкогольные напитки в других торговых предприятиях.

Анализ регламента мониторинга позволяет сделать следующий вывод.

Главная его цель – поддержание цен в магазинах «Столица» в среднем ниже на 20% от цен конкурентов.

Сравнительный анализ цен конкурентов проводится среди магазинов в радиусе 1000 метров от магазина «Столица».

Для определения цены среднеарифметическая цена конкурентов на каждую позицию мониторинга должна быть выше от цены магазина «Столица» минимум на 20%.

Таким образом, реклама «- 20%» не соответствует данным мониторинга, поскольку критерий для сравнения цен взят несопоставимый – в методике показано, насколько цена конкурентов выше, чем в «Столице», а реклама утверждает, что цены в магазинах «Столица» ниже на 20% от цен конкурентов.

Кроме того, показатели мониторинга не отражают уровень рыночных розничных цен на алкогольную продукцию, поскольку сравнение проводится среди конкурентов, расположенных в радиусе 1000 метров от магазина «Столица» без учета других территорий.

Вместе с тем, географической границей товарного рынка, на которой покупатели имеют экономическую возможность приобрести товар (алкогольную продукцию), является территория г. Хабаровска.

При проведении сравнительного анализа цен не обеспечена генеральная совокупность данных по другим торговым предприятиям, реализующим алкогольную продукцию.

В целях анализа уровня розничных цен на алкогольном рынке г. Хабаровска, а также в целях проверки достоверности информации о том, что цены на алкогольную продукцию в сети магазинов «Столица» ниже на 20% по сравнению с конкурентами, антимонопольным органом запрошены цены на алкогольную продукцию (по 36 наименованиям спиртных напитков разной крепостью и с различным ценовым сегментом) в торговых сетях, расположенных в различных районах г. Хабаровска и обладающих широким товарным ассортиментом алкоголя: «Самбери» (ул. Ленинградская, 28, исх. № 4/4253 от 04.06.2015 г.), «Бонус» (Амурский бульвар, 46, исх. № 4/4249 от 04.04.2015 г.), «Дилан» (ул. Павла Морозова, 96-г, исх. № 4/4248 от 04.06.2015 г.), «Раз два» (ул. Шелеста, 116-а, исх. № 4/4250 от 04.06.2015 г.), «Калинка» (ул. Волочаевская, 182, исх. № 4/4252 от 04.06.2015 г.), «Пеликан», (Шеронова, 92, исх. № 4/4255 от 04.06.2015 г.), «ЁЁ» (ул. Лермонтова, 34, исх. № 4/4254 от 04.06.2014 г.), и «Седьмая столица» (ул. Волочаевская, 85, исх. № 4/4256 от 04.06.2015 г.).

При проведении сравнительного анализа цен и установления, насколько

розничные цены на алкоголь в «Столице» ниже, чем в указанных торговых сетях, сделан следующий вывод.

По сравнению с «Самбери» в «Столице» цены ниже на элитные «брендовые» напитки (вермут «Мартини Бьянко» на 17%, виски «Бэллс Ориджинал» на 15%, виски «Уайт Хорс» на 17%).

На продукцию более дешевого сегмента (водки «Журавли», «Парламент», «Пять озер», «Беленькая» «Государев заказ», «Русский лед» и др.) разница в ценах составляет от 0,07% (минимум) до 7,4 % (максимум).

Кроме того, по 10 позициям выбранного ассортимента цены в магазинах «Столица» выше, чем в «Самбери» (вино «Мартини Асти» на 18%, вино «Душа монаха» на 7,1%, водка «Зеленая марка кедровая» на 5%, водка «Пять озер премиум» на 11,4%).

Аналогичное положение цен в «Столице» по сравнению с сетью «Бонус» (ниже от 0,7% до 10,9%; выше от 0,7% до 9,8%).

В торговой сети «Дилан» 8 наименований напитков стоят дешевле, чем в «Столице» (разница варьирует от 2,6% до 26,6%).

В других сетях, реализующих алкогольную продукцию, соотношение цен также разное (дешевле-дороже), следовательно, ни по одному наименованию спиртных напитков нельзя сделать однозначный вывод о том, что цены в магазинах «Столица» ниже на 20% по сравнению с анализируемым сегментом алкогольного рынка г. Хабаровска.

Потребитель в своих решениях о покупках ориентируется на рекламу, в частности, информация «- 20%», расположенная в месте нахождения торгового предприятия, убеждает о более низких ценах в магазинах «Столица».

Однако, как показал сравнительный анализ цен, потребитель по некоторым видам алкогольной продукции платит более высокую цену за предлагаемый товар.

В процессе рассмотрения дела генеральный директор ООО «СТ-Гамма» не согласилась с выявленным нарушением, указав, что в магазинах ООО «СТ-Гамма» проводят мониторинг еженедельно и поддерживают уровень цен среднеарифметический, цены ниже минимум на 20%. Достоверность представленной конкурентами информации представителем поставлена под сомнение.

Данный довод не принимается по следующим основаниям.

Хабаровским УФАС России направлены официальные запросы в торговые сети г. Хабаровска, реализующим алкогольную продукцию для сравнительного анализа цен и установления, насколько розничные цены на алкоголь в магазинах «Столица» ниже, чем в других торговых сетях.

На запросы управления получены ответы, подписанные законными представителями хозяйствующих субъектов.

Поскольку ООО «СТ-Гамма» не представлено никаких доказательств недостоверности ответов, то у антимонопольного органа нет никаких оснований не доверять им.

Таким образом, реклама о снижении цен на 20% в магазинах «Столица», является недостоверной, вводящей в заблуждение, что является нарушением требований пункта 4 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с которыми не допускается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товар.

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

В соответствии с пунктом 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.

Следовательно, реклама «-20%», размещенная в виде рекламных конструкций, является нарушением указанных требований, ответственность за которые на основании части 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» несет рекламораспространитель.

Наружная реклама «-20%» размещена в местах нахождения сети магазинов «Столица» и осуществления деятельности ООО «СТ-Гамма», в связи с чем, общество является лицом, в чьих интересах распространена реклама, то есть, рекламодателем и рекламораспространителем.

На основании части 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламораспространителем законодательства о рекламе (ненадлежащая реклама) влечет наложение административного штрафа.

Руководствуясь статьей 33 Федерального закона «О рекламе», статьями 14.3, 23.48, 29.9, Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛА:

1. Признать ООО «СТ-Гамма» виновными в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3. КоАП РФ.

2. Применить к ООО «СТ-Гамма» меру ответственности в виде административного штрафа за ненадлежащую рекламу в размере 100 000 (сто

тысяч) рублей.

Согласно части 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Сумма штрафа, уплаченная за нарушение законодательства о рекламе, зачисляется в бюджет:

получатель УФК по Хабаровскому краю (Хабаровское УФАС России), р/с 40101810300000010001, отделение Хабаровск г. Хабаровска, БИК 040813001, ИНН 2721023142, КПП 272101001, код 161 11626000016000140, ОКТМО 08701000001.

В соответствии с частью 5 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, по истечении шестидесяти дней со срока, указанного в части 1 статьи 32.2 Кодекса, должностное лицо, вынесшее постановление, направляет соответствующие материалы судебному приставу-исполнителю для взыскания суммы административного штрафа в порядке, предусмотренном федеральным законодательством. Кроме того, должностное лицо составляет протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 Кодекса, в отношении лица, не уплатившего административный штраф. Копия протокола об административном правонарушении направляется судьбе в течение трех дней со дня составления указанного протокола.

В соответствии с пунктом 3 части 1 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.