ИП Богряшова С.С.

ул. Адмирала Нахимова, д.4, г. Владивосток, 690048

<...>

РЕШЕНИЕ

ПО ДЕЛУ № 025/05/21-798/2019

14 ноября 2019 года г. Владивосток

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Приморскому краю (далее - Приморское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

председатель Комиссии: <...> – заместитель руководителя - начальник отдела контроля торгов;

члены Комиссии: <...> – ведущий специалист-эксперт отдела контроля антимонопольного законодательства и рекламы, <...> – специалист 1 разряда отдела контроля антимонопольного законодательства и рекламы,

рассмотрев 14.11.2019 дело № 025/05/21-798/2019, возбужденное в отношении: ИП Богряшова Светлана Сергеевна (ИНН 253707108890) с признаками нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

в отсутствии представителей сторон по делу,

УСТАНОВИЛА:

В Приморское УФАС России поступило обращение <...> (вх. № 5601 от 09.07.2019), в котором указано, что в информации, размещенной по адресу: перекресток улиц Ишимская и Металлургическая, а так же по адресу ул. Адмирала Нахимова д.4, содержатся признаки нарушения требований ФЗ «О рекламе».

15.07.2019 для установления факта размещения указанной информации, сотрудниками Приморского УФАС России был совершен выезд и последующая фото-фиксация, по результатам которого составлены Акты фиксации размещенной

информации (далее – Акт) от 15.07.2019.

Согласно Акта, на конструкции расположенной по адресу: перекресток улиц Ишимская и Металлургическая размещена информация заведения распространяющего алкогольную продукцию ИП Богряшова «Смайлик Beer».

Кроме того, по адресу: г. Владивосток, ул. Адмирала Нахимова, д. 4, на зафиксированных в Акте конструкциях, изображена информация «Смайлик Beer».

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» под рекламой понимается 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.

Из пункта 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» следует, что 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 частью 4 статьи 2 ФЗ «О рекламе» специальные требования и ограничения, установленные указанным Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей и л и 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.

Согласно пункту 15 Информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» вопрос о наличии в информации признаков рекламы решается с учетом конкретных обстоятельств дела.

В соответствии со статьей 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, 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;

Вышеуказанная информация, с учетом вышеизложенного, является рекламой, в связи с чем она должна соответствовать требованиям установленными ФЗ «О рекламе».

К рекламе алкогольной продукции установлены требования в статье 21 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с пунктом 16 Информационного письма ВАС от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания и поддержания интереса к открывающемуся алкомаркету и к алкогольной продукции, реализуемой в нем, продвижению их на рынке и, следовательно, является рекламой.

Учитывая специфику рекламируемого магазина, имеющего по профилю своей деятельности широкий ассортимент пивных напитков, а также то, что часть названия магазина содержит слово «Beer», что в переводе с английского языка означает «пиво», обозначение «Смайлик Beer» ассоциируется именно с алкогольной продукцией, а не с иными напитками и в традиционном понимании формирует интерес потребителей к спиртному. Также на вывеске (режимник) (фото 3), размещена информация «Смайлик Beer» Пивомаркет…». Для потребителя данное сочетание однозначно и непосредственно свидетельствуют о возможности приобретения в данном магазине алкогольной продукции вне зависимости от того, есть ли в рекламе наименование или изображение такой продукции.

Указанная реклама направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – магазину «Смайлик Beer» и к алкогольной продукции, следовательно, должна соответствовать требованиям, предъявляемым к рекламе этого товара.

При этом, статьей 21 ФЗ «О рекламе» определены требования к размещению рекламы алкогольной продукции с содержанием этилового спирта менее 5 процентов объема готовой продукции, а также к рекламе алкогольной продукции с содержанием этилового спирта 5 и более процентов объема готовой продукции.

Согласно пункту 5 части 1 статьи 21 ФЗ «О рекламе», реклама алкогольной продукции не должна обращаться к несовершеннолетним.

Согласно пункта 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 них.

Рекламные щиты являются одним из видов рекламных конструкций. Поэтому к ним предъявляются те же требования, что и к рекламным конструкциям в целом:

при их размещении должны соблюдаться ограничения, установленные Законом о рекламе, а также требования законодательства субъектов РФ и актов органов

местного самоуправления;

Вместе с тем, согласно пункта 2.4 Муниципального правового акта города Владивостока от 15.08.2018 N 45-МПА «Правила благоустройства территории Владивостокского городского округа» (далее – Правила благоустройства), на территориях общего пользования Владивостокского городского округа запрещается: размещение афиш, плакатов, объявлений, агитационных материалов, а также производство надписей, рисунков в оконных проемах, на стенах зданий, столбах, деревьях, опорах наружного освещения и распределительных щитах, трансформаторных подстанциях, бойлерных и других объектах, не предназначенных для этой цели;

Таким образом, Комиссия отмечает наличие признаков нарушения Правил благоустройства.

В связи с вышеизложенным, Приморским УФАС России в отношении ИП Богряшова вынесено определение о возбуждении дела № 025/05/21-798/2019, по признакам нарушения пункта 5 части 1 статьи 21, пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ Рассмотрение дела было назначено на 27.09.2019.

01.10.2019 Комиссия определением (исх. № 8801/06-2 от 04.10.2019) отложила рассмотрение дела для предоставления возможности ИП Богряшова представить пояснения по существу вменяемого правонарушения, а также для участия в рассмотрении дела определением

Вместе с тем, ИП Богряшова определение по делу № 025/05/21-798/2019 по указанному адресу получила 12.11.2019 (почтовый идентификатор – 69009040764647), документы и сведения в Приморское УФАС России не представила. На заседание комиссии 14.11.2019 не явилась.

Таким образом, ИП Богряшова считается уведомленной надлежащим способом.

Согласно пункту 5 части 1 статьи 21 ФЗ «О рекламе», реклама алкогольной продукции не должна обращаться к несовершеннолетним.

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.

Поскольку территориальное расположение рассматриваемой рекламы находится в том числе на территории жилого дома, и не исключает возможность доступа к ней несовершеннолетних лиц, указанная рекламная информация нарушает положения пункта 5 части 1 статьи 21, пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Комиссия, оценив доказательства, имеющиеся в материалах дела, признает их достаточными для квалификации спорной информации в качестве ненадлежащей рекламы.

Кроме того, установлено, что рекламораспространителем - является ИП Богряшова С.С., в интересах которого распространяется информация. Данный факт подтверждается на фото № 3 (согласно акта фиксации размещенной

информации), где рядом с входной дверью в магазин «Смайлик-Beer» указан режим работы, а также реквизиты указанного индивидуального предпринимателя.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе», в соответствии с пунктом 3.58 Административного регламента ФАС России по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (Приказ ФАС России от 23.11.2012 № 711/12), а также руководствуясь пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространяемую ИП Богряшовой С.С. на рекламной конструкции по адресу: перекресток улиц Ишимская и Металлургическая, а так же на фасаде здания по адресу ул. Адмирала Нахимова д.4, поскольку в ней нарушены требования пункта 5 части 1 статьи 21, пункта 5 части 2 статьи 21 «О рекламе».

2. Выдать обязательное для исполнения предписание о прекращении ИП Богряшова С.С. нарушения требований пункта 5 части 1 статьи 21, пункта 5 части 2 статьи 21 «О рекламе».

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, ответственность за которые предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

4. Передать сведения о размещении информации в Администрацию г. Владивостока для рассмотрения вопроса о законности/незаконности размещения рекламы и принятия мер по демонтажу.

Решение изготовлено в полном объеме 28.11.2019.

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

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии <...>

<...>