

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 202/14

Резолютивная часть решения оглашена «26» сентября 2014 г.

Решение в полном объеме изготовлено «06» октября 2014 г. г.
Новосибирск

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,

Д.А. Былина – специалист-эксперт отдела рекламы,

рассмотрев дело № 202/14, возбужденное в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Алкоимпорт» (ОГРН 1135476064514 от 09.04.2013 г., ИНН 5404482670, юридический адрес: г. Новосибирск, пр-т К. Маркса, д. 57, оф. 13) по факту размещения подвесной рекламной конструкции, размещенной с внутренней стороны витражного окна рекламным полем на улицу у входа в магазина «Вино и Ко», расположенного по адресу: г. Новосибирск, проспект Карла Маркса, д. 57, следующего содержания:

«Дегустация четверг, пятница с 16.00 до 20.00 _ Виски Scotch Brothers _ Вермут CIN-CIN _ Проводится на правах рекламы», с изображением бутылок алкогольной продукции, 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,

- ч. 2.1. ст. 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 присутствии:

«...»

У С Т А Н О В И Л А:

В рамках наблюдения за выполнением обязательных требований Закона о рекламе Новосибирским УФАС России установлено следующее.

На подвесной рекламной конструкции, размещенной с внутренней стороны витражного окна рекламным полем на улицу у входа в магазина «Вино и Ко», расположенного по адресу: г. Новосибирск, проспект Карла Маркса, д. 57, содержалась информация следующего содержания:

«Дегустация четверг, пятница с 16.00 до 20.00 _ Виски Scotch Brothers _ Вермут CIN-CIN _ Проводится на правах рекламы», с изображением бутылок данной алкогольной продукции.

Указанная конструкция закреплена со стороны магазина и расположена лицевой стороной рекламного поля на улицу (Акт фиксации информации от 10.06.2014 г.).

Согласно п. 1 ст. 3 Закона 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.

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 товар – виски «Scotch Brothers» и Вермут «CIN-CIN» содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции (согласно представленному Прайс-листу Общества).

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 Закона 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.

В силу ч. 2.1. ст. 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.

При этом согласно пункту 5 статьи 2 Федерального закона "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" под стационарным торговым объектом понимается торговый объект, представляющий собой здание или часть здания, строение или часть строения, прочно связанные фундаментом такого здания, строения с землей и присоединенные к сетям инженерно-технического обеспечения.

Поскольку рассматриваемая реклама размещена таким способом, что ее рекламное поле обращено на улицу, т.е адресовано неопределенному кругу лиц, и предназначено не только для информирования покупателей данного магазина, а размещена в свободном доступе для видимости потребителей, покупателями магазина не являющимися, то в данном случае имеет место нарушение требований п.5 ч.2 ст.21 и ч. 2.1. 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 материалам дела (Договору аренды нежилого помещения № 2013рс/1н от 15.07.2013 г., Лицензии № 54РПА0002637 от 16.06.2014 г., выданной Министерством промышленности, торговли и развития предпринимательства Новосибирской области), деятельность в магазине «Вино и Ко», расположенном по адресу: г. Новосибирск, проспект Карла Маркса, д. 57, а также соответствующей вывеске осуществляется ООО «Алкоимпорт».

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

На рассмотрении дела директор Общества указал, что ознакомившись с законодательством РФ после получения Определения о возбуждении дела, нарушение признает, при этом указал, что реклама была размещена внутри магазина.

Представитель Общества по доверенности указал, что целью рекламы было проинформировать посетителей магазина о предстоящей дегустации вина, поскольку перед совершением покупки каждый покупатель может попробовать покупаемый им товар.

Однако просмотрев имеющиеся материалы, фотоизображений дегустируемого вина не обнаружилось, а были найдены только изображения, которые являются предметом рассмотрения настоящего дела.

В настоящее время данный рекламный плакат не размещается.

Представителем Общества представлены фотоизображения факта демонтажа рассматриваемой рекламной конструкции. В связи с чем, Комиссия считает нецелесообразным выдачу предписания об устранении законодательства о рекламе.

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

Рассмотрев материалы дела, заслушав пояснения сторон, 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 информацию, размещенную на подвесной рекламной конструкции, расположенную с внутренней стороны витражного окна рекламным полем на улице у входа в магазина «Вино и Ко» (адрес: г. Новосибирск, проспект Карла Маркса, д. 57), следующего содержания:

«Дегустация четверг, пятница с 16.00 до 20.00 _ Виски Scotch Brothers _ Вермут CIN-CIN _ Проводится на правах рекламы», с изображением бутылок алкогольной продукции, ненадлежащей рекламой,

а Общество с ограниченной ответственностью «Алкоимпорт» (ОГРН 1135476064514 от 09.04.2013 г., ИНН 5404482670, юридический адрес: г. Новосибирск, пр-т К. Маркса, д. 57, оф. 13) 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,

- ч. 2.1. ст. 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.

2. В связи с добровольным устранением нарушения предписание об устранении

нарушения законодательства РФ о рекламе ООО «Алкоимпорт» 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.