

-
- **делу № 03-21/42-2018**
- **нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе**

«03» декабря 2018 года
Йошкар-Ола

г.

Резолютивная часть решения объявлена: «28» ноября 2018 года.

Полный текст решения изготовлен: «03» декабря 2018 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя

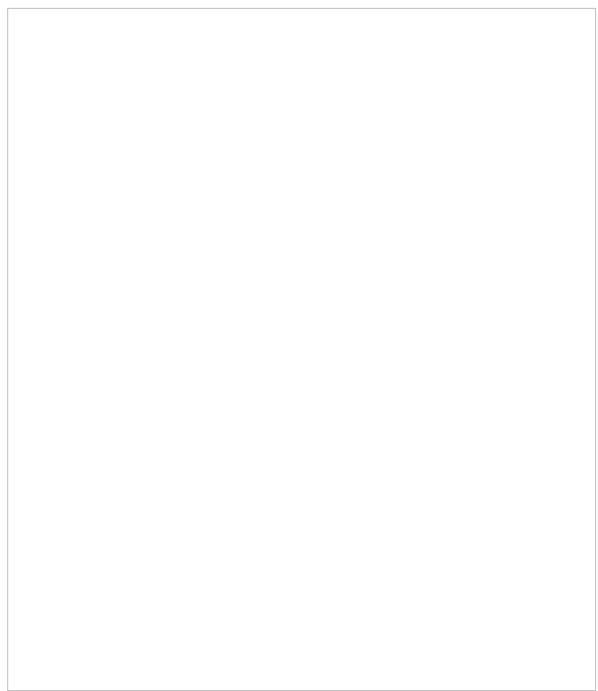
член Комиссии — начальник отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов

член Комиссии – специалист - эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов

рассмотрев дело № 03-21/42-2017, возбужденное в отношении ИП А по признакам нарушения части 9 статьи 19, пункта 1 части 1, пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившегося в размещении рекламной конструкции по адресу: г. Йошкар-Ола, бульвар Чавайна, д. 12, в присутствии ИП Аклановой С.А.,

УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) в ходе мониторинга наружной рекламы, распространяемой на территории муниципального образования «Городской округ г. Йошкар-Ола» обнаружена информация, размещенная на внешней стене здания, расположенного по адресу: бульвар Чавайна, д. 12, г. Йошкар-Ола, Республика Марий Эл, следующего содержания:



Определением от 19.10.2018 Марийским УФАС России возбуждено дело о нарушении законодательства о рекламе №03-21/42-2018 по признакам нарушения части 9 статьи 19, пункта 1 части 1, пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

На заседание комиссии ИП Акланова С.А. представила налоговую декларацию и накладные по пиву и пивным напиткам за 2017-2018 годы. Также указала, что поставщиками пенных напитков являются ООО «Марафон», ООО «Бакалея торг», ООО «Развитие», ООО «РусБир».

Кроме того, ИП Акланова С.А. сообщила, что рассматриваемая реклама по адресу: бульвар Чавайна, д. 12, г. Йошкар-Ола, Республика Марий Эл в настоящее время не размещается.

Комиссия Марийского УФАС России, рассмотрев полученные материалы и документы, письменные и устные пояснения лиц, участвующих в деле, приходит к выводу о нарушении законодательства о рекламе при распространении рассматриваемой рекламы на основании следующего

В соответствии со статьей 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.

Так, согласно статье 3 Закона 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. Объектом рекламирования является товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара. Независимо от формы или используемого средства распространения реклама должна быть распознаваема без специальных знаний или без применения технических средств непосредственно в момент ее представления именно как рекламы. Тем самым

признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, формировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

В пункте 2 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» установлено, что при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы 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.

Согласно пункту 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей 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), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

Реклама, размещенная с помощью рекламной конструкции, является рекламой алкогольной продукции. Так, например, в рекламе указано: «Пивной удовольствие в розлив магазин розливного пива», «Пивной удовольствие в розлив Свежее пиво! Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью», а также изображение пивных кружек. Изображение кружки с характерной пивной пеной ассоциируется у потребителей с определенным напитком – пивом.

Так, изображение бочки и кружки с пеной на рекламной конструкции ассоциируется у потребителей именно с пивом, а не любым разливным напитком, что и индивидуализирует пиво внутри группы однородных товаров - алкогольной продукции.

Согласно письменным пояснениям ИП Аклановой С.А. от 31.08.2018 вх. № 9272 ею реализуются 12 видов разливного пива крепостью до 5 %: «Наше пиво живое», «Наше жигулевское», «Пенное пшеничное», «Жигулевское светлое», «Старый Георг», Кузьмич», «Барное», «Бархатное темное», «Бочковое», «Немецкое золотое», «Немецкое», «Чешское».

Таким образом, индивидуальным предпринимателем не отрицается, что ею реализуется алкогольная продукция и реклама направлена на привлечение внимания к товаром, реализуемым в магазине, в частности к пиву.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена (письмо ФАС России от 05 апреля 2007 года исх. № АЦ/4624).

Спорная информация по своему содержанию и целевой направленности является рекламой, так как распространена при помощи рекламной конструкции, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования – магазину разливных напитков «Пивной», реализацию товаров и оказание услуг в котором осуществляет индивидуальный предприниматель Акланова С.А., разливному пиву, формированию или поддержанию интереса к ним и их продвижению на рынке.

В силу части 4 статьи 3 Закона о рекламе под ненадлежащей рекламой понимается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с частью 1 статьи 19 Закона о рекламе распространение наружной рекламы с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, проекционного и иного предназначенного для проекции рекламы на любые поверхности оборудования, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее - рекламные конструкции), 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 рекламораспространителем, 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 части 9 статьи 19 Закона о рекламе установка и эксплуатация рекламной конструкции допускаются при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее также - разрешение), выдаваемого на основании заявления собственника или иного указанного в [частях 5, 6, 7](#) настоящей статьи законного владельца соответствующего недвижимого имущества либо владельца рекламной конструкции органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа, на территориях которых предполагается осуществлять установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

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.

Письмом от 20.09.2018 №028-29/6374 администрация городского округа «Город Йошкар-Ола» сообщила, что разрешение на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на фасаде многоквартирного дома по адресу: РМЭ, г. Йошкар-Ола, бул. Чавайна, д. 12 не выдавала, сведения о владельце рекламных конструкций отсутствуют.

Согласно письменным пояснениям ИП Аклановой С.А. ею осуществляется деятельность по продаже разливного пива в помещении по адресу: РМЭ, г. Йошкар-Ола, бул. Чавайна, д. 12.

Таким образом, индивидуальным предпринимателем используется рекламная конструкция без разрешения органа местного самоуправления на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, следовательно, действия ИП Аклановой С.А. нарушают требования части 9 статьи 19 Закона о рекламе.

Статьей 21 Закона о рекламе установлены требования к рекламе алкогольной продукции.

В соответствии с пунктом 1 части 1 статьи 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции не должна содержать утверждение о том, что употребление алкогольной продукции имеет важное значение для достижения общественного признания, профессионального, спортивного или личного успеха либо способствует улучшению физического или эмоционального состояния.

В рассматриваемой рекламе неоднократно употребляется словосочетание: «Удовольствие в розлив». Согласно толковому словарю русского языка Ожегова С.И. удовольствие - чувство радости от приятных ощущений, переживаний, мыслей. Испытать, получить у. 2. Забава, развлечение.

Следовательно, данная рекламная информация влияет или может влиять на мотивацию потребителя при выборе товара и побуждает его совершить определенные действия в отношении объекта рекламирования, создавая впечатление, что употребление алкогольной продукции способствует улучшению эмоционального состояния путем использования утверждения «Удовольствие в розлив», которое может рассматриваться как получение приятных ощущений при употреблении разливного пенного напитка.

Таким образом, рассматриваемая реклама нарушает пункт 1 части 1 статьи 21 Закона о рекламе.

Также пунктом 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе предусмотрено, что 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.

Указанная рекламная конструкция располагается на фасаде жилого многоквартирного дома по адресу бул. Чавайна, д. 12, г. Йошкар-Ола, что нарушает требования пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

В силу частей 6, 7 [статьи 38](#) Закона о рекламе ответственность за нарушение пункта 1 части 1 статьи 21 Закона о рекламе несет рекламодаделец, за нарушение части 9 статьи 19, пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе предусмотрены понятия рекламопроизводителя, рекламопроизводителя и рекламодателя.

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Между ИП Аклановой С.А.(Субарендатор) и ООО «Вектор М». (Арендатор) заключен договор субаренды части нежилого помещения от 01.01.2018г. №01, предметом договора является право временного пользования частью нежилого помещения, расположенного по адресу: Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, бул. Чавайна, д.12, следовательно, рекламопроизводителем и

рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ИП Акланова С.А.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

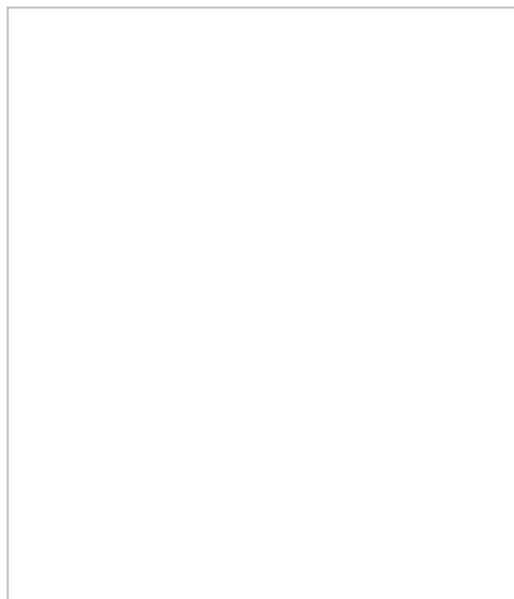
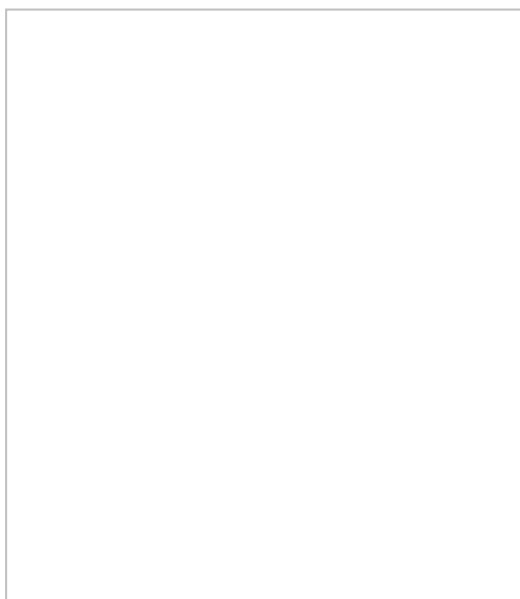
В материалах дела представлены доказательства, отражающие прекращение ИП Аклановой С.А. распространения рассматриваемой рекламы в по адресу: г. Йошкар-Ола, бульвар Чавайна, д. 12 в настоящее время.

На основании изложенного, Комиссия Марийского УФАС России считает, что в данном случае отсутствуют основания для выдачи ИП Аклановой С.А. предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

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 ненадлежащей рекламу алкогольной продукции, размещенную на внешней стене здания, расположенного по адресу: бульвар Чавайна, д. 12, г. Йошкар-Ола, Республика Марий Эл, следующего содержания:



поскольку в ней нарушены требования части 9 статьи 19, пункта 1 части 1, пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-

ФЗ «О рекламе».

2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного ч. ст. 14.3 КоАП РФ.