

РЕШЕНИЕ

по делу № 012/05/21-682/2023

о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«19» октября 2023 года г. Йошкар-Ола

Резолютивная часть решения объявлена: «18» октября 2023 года

Полный текст решения изготовлен: «19» октября 2023 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-начальник отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...>,

член Комиссии – главный государственный инспектор отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...>,

член Комиссии – специалист-эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...>,

рассмотрев дело № 012/05/21-682/2023, возбужденное по признакам нарушения пункта 5 части 2, части 3 статьи 21, части 9 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) в отношении ИП Г., по факту распространения рекламы алкогольной продукции по адресу: Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, ул. Подольских курсантов, д. 14Б, в отсутствие Г., надлежащим образом извещенной о дате, времени и месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

Сотрудниками Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) в ходе осмотра наружной рекламы установлен факт размещения рекламы «РАЗЛИВНОЕ ПИВО РЫБКА СНЕКИ СУХАРИКИ (с изображением кружки с пенным напитком)», расположенной на фасаде здания по адресу:

Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, ул. Подольских курсантов, д. 14Б,
следующего содержания:

Марийским УФАС России возбуждено дело № 012/05/21-682/2023 по признакам нарушения пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Закона о рекламе в отношении ИП Г.

Определением об отложении рассмотрении дела № 012/05/21-682/2023 от 29.09.2023 установлены признаки нарушения части 9 статьи 19 Закона о рекламе.

В рамках рассмотрения дела от ИП Г. письменных и устных пояснений представлено не было.

Рассмотрев материалы дела и документы, Комиссия приходит к следующим выводам.

В соответствии с пунктом 1 статьи 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе, объект рекламирования - 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 пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе товаром признается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Целью рекламы является не просто продвижение соответствующего товара (работы, услуги), а доведение до потребителя всех необходимых сведений, способных вызвать у ее потребителя правильное (неискаженное) представление об объекте рекламирования.

Недостаточная информированность потребителя обо всех условиях рекламируемого товара (работы, услуги), имеющая место в силу недобросовестного поведения организации, предоставляющей услуги или реализующей товар, приведет к неоправданным ожиданиям

названного лица, прежде всего, в отношении сделки, которую он намерен заключить. Закон не предъявляет требования указать всю существенную информацию, но обязывает формировать у ее потребителя правильное (достоверное) восприятие о соответствующей продукции (товаре, услуге).

Из содержания текста рекламной информации следует, что объектом рекламирования является в том числе алкогольная продукция, реализуемая в торговом объекте «Продукты 24».

Если рекламная информация представляет интерес и доступна также и иным лицам, не только входящим в ее целевую аудиторию, то направленность такой рекламы выходит за пределы целевой аудитории и относится к неопределенному кругу лиц.

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.

Направленность рекламы на неопределенный круг лиц оценивается исходя из выбранного способа и средства распространения рекламы, а также содержания самой рекламной информации.

Содержание, стиль оформления и подачи рассматриваемой информации свидетельствует о направленности на привлечение внимания неопределенного круга лиц к алкогольной продукции.

Размещаемая на фасаде здания реклама направлена на привлечение внимания идущих по улице граждан, а не на покупателей в месте продажи алкоголя, поскольку любой прохожий, как совершеннолетний, так и нет, может увидеть данную рекламу.

В связи с чем, усматривается, что подобный способ размещения информации об алкогольной продукции подпадает под признаки рекламы.

Согласно правовой позиции Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации, изложенной в пункте 1, 2 Постановления Пленума от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», в пункте 1 статьи 3 Закона о рекламе указано, что 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, является рекламой и должна, в связи с этим отвечать требованиям, предъявляемым Законом о рекламе.

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.

Проанализировав содержание спорной информации, способы её размещения и распространения, Марийское УФАС России пришло к выводу, что рассматриваемая информация по своему содержанию и целевой направленности подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками – размещена на фасаде здания; адресована неопределенному кругу лиц; направлена на привлечение внимания потребителей к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке.

Рассматриваемая реклама является рекламой алкогольной продукции, так как в ней используются изображение кружки с пенным напитком, вид и оформление которого явно ассоциируются с пивом, а не любым разливным напитком. Кроме того, указание текстовой информации «разливное пиво» также ассоциируется у потребителей с ассортиментом указанного торгового объекта - пивом.

Представленная информация размещена таким способом, что ее 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.

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, коньяк, виноградная водка, бренди), вино, крепленое вино, игристое вино, включая российское шампанское, виноградосодержащие напитки, плодовая алкогольная продукция, плодовые алкогольные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

Согласно акту осмотра от 26.07.2023 и кассовому чеку от 26.07.2023 (приобретено «балтика 7 экспортное светлое пиво премиум алкоголь 5,4%, 12,0 % плотность»), в магазине «Продукты 24» осуществляется реализация в том числе алкогольной продукции (пива).

Пунктом 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе установлено, 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.

Так, под рекламной конструкцией понимаются любые конструкции, прочно (стабильно, стационарно) связанные с объектом недвижимого имущества таким образом, что такая связь делает невозможным монтаж/демонтаж конструкции без использования специальных технических средств или устройств (машин, механизмов, инструментов т.п.), такие конструкции при размещении на них рекламы являются рекламными конструкциями.

Указанная рекламная конструкция располагается на фасаде здания, что противоречит требованиям пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

Согласно части 3 статьи 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Как видно из фотографии спорной рекламы предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции отсутствует.

Частью 1 статьи 19 Закона о рекламе установлено, что 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 части 1 статьи 19 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 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 статьи 19 Закона о рекламе законного владельца соответствующего недвижимого имущества либо владельца рекламной конструкции органом местного самоуправления муниципального района, органом местного самоуправления муниципального округа или органом местного самоуправления городского округа, на территориях которых предполагается осуществлять установку и эксплуатацию рекламной конструкции. Указанное заявление подается заявителем в письменной форме или в форме электронного документа с использованием федеральной государственной информационной системы «Единый портал государственных и муниципальных услуг (функций)» (далее – единый портал государственных и муниципальных услуг) и (или) региональных порталов государственных и муниципальных услуг в орган местного самоуправления муниципального района, орган местного самоуправления муниципального округа или орган местного самоуправления городского округа, на территориях которых предполагается осуществлять установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Следовательно, установка и эксплуатация рекламной конструкции возможна только при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, выданного органом местного самоуправления.

Администрация городского округа «Город Йошкар-Ола» (далее – администрация) в письменных пояснениях от 29.08.2023 вх. № 6226-ЭП/23 указала, что разрешение на установку и эксплуатацию рассматриваемой рекламной конструкции, размещенной по адресу: Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, ул. Подольских курсантов, д. 14Б, администрацией не выдавалось.

На основании вышеизложенного, Комиссией Марийского УФАС России установлен факт нарушения пункта 5 части 2, части 3 статьи 21, части 9 статьи 19 Закона о рекламе при распространении рассматриваемой рекламы.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований части 9 статьи 19, пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 несет рекламодатель, ответственность за нарушение требований части 3 статьи 21 Закона о рекламе несет рекламораспространитель.

В соответствии с пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе 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; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Марийским УФАС России установлено, что предпринимательскую деятельность по адресу: Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, ул. Подольских курсантов, д. 14Б осуществляет ИП Г. (ИНН: <...>, ОГРНИП: <...>, адрес регистрации: <...>).

Указанная рекламная конструкция располагается в месте осуществления предпринимательской деятельности ИП Г.

Из изложенного следует, что рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы выступает ИП Г.

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 материалы дела доказательства прекращения распространения рекламы не представлены.

Таким образом, Комиссия Марийского УФАС России считает, что в данном случае имеются основания для выдачи 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 пунктом 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу: «РАЗЛИВНОЕ ПИВО РЫБКА СНЕКИ СУХАРИКИ (с изображением кружки с пенным напитком)», расположенную на фасаде здания по адресу: Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, ул. Подольских курсантов, д. 14Б, поскольку она не соответствует требованиям пункта 5 части 2, части 3 статьи 21, части 9 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Выдать ИП Г. (ИНН: <...>, ОГРНИП: <...>, адрес регистрации: <...>) обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России, должностному лицу органов внутренних дел для рассмотрения вопроса о привлечении к административной ответственности.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии