

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ ПРОИЗВОДСТВА ПО ДЕЛУ №08/55

23.01.2015

г. Севастополь

Комиссия по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Крым и городу Севастополю по городу федерального значения Севастополю (Крымское УФАС России) (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии:

Токарев В.С. – заместитель руководителя Крымского УФАС России.

Члены комиссии:

Саакян А.И. – начальник отдела контроля за соблюдением антимонопольного законодательства, рекламы и контроля закупок города Севастополя Крымского УФАС;

Брисов С.Г. – главный специалист – эксперт отдела контроля за соблюдением антимонопольного законодательства, рекламы и контроля закупок города Севастополя Крымского УФАС;

Цалюк Е.А. – специалист – эксперт отдела контроля за соблюдением антимонопольного законодательства, рекламы и контроля закупок города Севастополя Крымского УФАС;

Красильникова Т.В. – специалист – эксперт отдела контроля за соблюдением антимонопольного законодательства, рекламы и контроля закупок города Севастополя Крымского УФАС,

рассмотрев дело № 08/55 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения Обществом с ограниченной ответственностью «Меркурий Элит Трейд» (ОКПО «...») (далее по тексту ООО «Меркурий Элит Трейд») на рекламных конструкциях (щите) размера 3*6 м, расположенных в г. Севастополе:

1. вдоль Стрелецкого спуска, по правой стороне по направлению движения транспорта от остановки «пл. Восставших» до остановки «ул. Пожарова», возле незавершенного объекта строительства (рекламная конструкция №57);
2. вдоль ул. Хрусталева напротив дома № 17 по улице Хрусталева, перед поворотом на «Соловьевские склады» (рекламная конструкция № 45),

рекламы следующего содержания: «Крымская сеть виномаркетов ТОЧКА, Выбор №1, Возьми вкус лета! www.tochka.cc», содержащей признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 и части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе (далее – ФЗ «О рекламе»), в присутствии представителя ООО «Меркурий Элит Трейд» Р. И.В. по доверенности № 22 от 22.08.2014,

УСТАНОВИЛА:

Отделом контроля за соблюдением антимонопольного законодательства, рекламы и контроля закупок города Севастополя установлено распространение на рекламных конструкциях (щита) размера 3*6 м, расположенных в г. Севастополе:

3. вдоль Стрелецкого спуска, по правой стороне по направлению движения транспорта от остановки «пл. Восставших» до остановки «ул. Пожарова», возле незавершенного объекта строительства (рекламная конструкция №57);
4. вдоль ул. Хрусталева напротив дома № 17 по улице Хрусталева, перед поворотом на «Соловьевские склады» (рекламная конструкция № 45), рекламы следующего содержания: «Крымская сеть виномаркетов ТОЧКА, Выбор №1, Возьми вкус лета! www.tochka.cc».

В центре рекламных конструкций (щита) изображены бутылка вина, бокал вина, гроздь винограда и пробка от винной бутылки, слева расположена надпись «Крымская сеть виномаркетов ТОЧКА, Выбор №1», с указанием контактной информации (телефон, web-сайт), в нижнем правом углу расположена надпись: «Возьми вкус лета!».

По имеющейся в общем доступе информации в сети Интернет в Севастополе данный виномаркет сети «Точка» был открыт в 2012 году (кроме вина продаются и другие алкогольные продукты).

Указанные рекламные конструкции (щит 3х6м) с рекламой расположены вдоль дорог с интенсивным движением автотранспорта, что гарантирует доступность информации неопределенному кругу лиц, о чем специалистом 1 разряда Крымского УФАС России Палеевым Д.Л. 06.10.2014 составлены акты проведения фотосъемки объекта наружной рекламы, с приложением фотоматериалов.

24.10.2014 в отношении ООО «Меркурий Элит Трейд» вынесено определение о возбуждении дела № 08/55 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

10.11.2014 в отношении ООО «Меркурий Элит Трейд» вынесено определение о продлении срока рассмотрения дела №08/55.

Рассмотрение дела в отношении ООО «Меркурий Элит Трейд» назначено на 23.01.2015 на 12.00.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «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.

Рассматриваемая информация, в соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» является рекламой, так как адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования (Крымская

сеть виномаркетов ТОЧКА), формированию или поддержанию интереса к нему и его продвижению на рынке (далее – рассматриваемая реклама).

В соответствии с пунктом 7 статьи 2 Федерального Закона «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» вино (равно как и фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки) входит в перечень алкогольной продукции с содержанием этилового спирта более 0,5 процентов объема готовой продукции.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 ФЗ «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.

Среди информации, присутствующей на указанной выше рекламной конструкции, имеется информация «Крымская сеть виномаркетов ТОЧКА», контактная информация и изображение бутылки вина, бокала вина, следовательно, информация, расположенная на рекламной конструкции является рекламой, так как в ней присутствует объект рекламирования: «Крымская сеть виномаркетов ТОЧКА» и реализуемая им винная продукция.

В соответствии с частью 3 статьи 21 ФЗ «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).

В указанной рекламе, в нарушение части 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе» отсутствует предупреждение о вреде чрезмерного употребления алкогольной продукции.

Согласно пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе», недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В Постановлении Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации № 58 от 08.10.2012 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» в пункте 29 указано, что информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В связи с этим, использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной, как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами (пункт 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе»).

При использовании в рекламе терминов в превосходной степени, например утверждений о «самом», «лучшем», «абсолютном», «единственном», «№ 1» и тому подобных, действует презумпция несоответствия действительности таких терминов в превосходной степени и утверждений, если рекламодатель не подтвердит их истинность, предоставив документальные доказательства. При этом использование в рекламе сравнительной характеристики посредством утверждений в превосходной степени, без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, означает возможность проведения такого сравнения по любому критерию. Например, утверждение «№ 1» в отношении товара указывает на превосходство данного товара в сравнении с другими товарами, поскольку «№ 1» подразумевает, что рекламируемый товар является первым из числа других однородных товаров, обладая более высокими достоинствами и преимуществом перед ними во всех отношениях.

Следовательно, указание в рекламе «Крымская сеть виномаркетов ТОЧКА, Выбор №1» несет смысловую нагрузку, связанную с выражением превосходной степени. В рекламе не указано ни одного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение, что является нарушением пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе», рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 3 статьи 5, частью 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

В соответствии со статьёй 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В ходе рассмотрения дел было выяснено, что наименование «Точка» в своей хозяйственной деятельности используют и другие хозяйствующие субъекты, в частности ООО «Торговый дом «Меркурий», (согласно информации предоставленной в письменных пояснениях от 17.11.2014 №219, а так же иные предприятия в отношении которых полной и достоверной информации нет).

Документального подтверждения правомерности использования наименования (бренда) «Точка», при осуществлении ООО «Меркурий Элит Трейд» своей хозяйственной деятельности предоставлено не было. В пояснениях от 17.11.2014 № 219 указано, что на территории Российской Федерации данное наименование в качестве охраняемого объекта интеллектуального права не зарегистрировано.

В ходе рассмотрения дела выяснено, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Элиот-Плюс». В письменных объяснениях ООО «Элиот-плюс» указало, что в период с августа по сентябрь 2014 года представители предприятия «Точка» обращались по размещению своей рекламы на наших рекламных конструкциях. Однако решение на размещение принято не было, договора не заключались, оплата не осуществлялась.

Рассматриваемая реклама была размещена без согласования с ООО «Элиот-Плюс».

При невозможности установления лица, нарушившего законодательство о рекламе, в течение сроков, установленных для рассмотрения дела, рассмотрение дела подлежит прекращению

Руководствуясь абзацем 6 пункта 3.56 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17 августа 2006 № 508, Комиссия

ОПРЕДЕЛИЛА:

Производство по делу № 08/55 прекратить.

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