

РЕШЕНИЕ

по делу №03-21/17-2017

о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«15» марта 2017 года

г. Йошкар-Ола

Резолютивная часть решения объявлена: «09» марта 2017 года

Полный текст решения изготовлен: «15» марта 2017 года

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

председатель Комиссии –

член Комиссии –

член Комиссии –

рассмотрев дело, возбужденное по признакам нарушения пункта 20 части 3 статьи 5, части 9 статьи 19, пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», в присутствии представителя ИП М. – Г., доверенность, паспорт,

УСТАНОВИЛА:

Сотрудниками Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл в ходе мониторинга наружной рекламы, распространяемой на территории городского округа «Город Йошкар-Ола», 20.12.2016 обнаружена информация, размещенная на внешней стене здания, расположенного по адресу: ***, следующего содержания:



содержащая признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Также аналогичная информация была обнаружена сотрудниками Марийского УФАС России 27.12.2016 на внешней стене здания, расположенного по адресу: ***.

На заседании Комиссии Марийского УФАС России и в письменных пояснениях ИП М. указал, что предприниматель осуществляет розничную торговлю пивом и разливными напитками. Реклама акции «Пиво за бороду» размещалась в целях привлечения интереса потребителей к пивной лавке. Помещения, на внешних стенах которых размещалась спорная реклама, находятся в собственности ИП М. Указанные в рекламе ИНН и ОГРН ООО «Л» отображены на конструкции ввиду невнимательности сотрудника, принимавшего рекламу. Нарушение Закона о рекламе при распространении рассматриваемого рекламного материала было допущено ввиду отсутствия знаний законодательства.

Рассмотрев материалы дела №03-21/17-2017 о нарушении законодательства о рекламе и выслушав позицию лица, участвующего в деле, Комиссия Марийского УФАС России признает рассматриваемую рекламу ненадлежащей по следующим основаниям.

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.

Спорная информация по своему содержанию и целевой направленности является рекламой, так как распространена при помощи рекламных конструкций, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования – акции, проводимой ИП М., предметом которой является красное пиво и партер.

По смыслу статьи 1 Закона о рекламе реклама рассматривается законодателем как средство продвижения товаров, работ и услуг на определенном рынке.

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

Согласно пункту 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе [недоуверенной](#) признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

В спорной рекламе в качестве организатора акции указан ИП М., вместе с тем в рекламе указаны ИНН и ОГРН ООО «Л».

ООО «Л» в письменных пояснениях от 09.01.2017 исх. №1 указало, что не является рекламодателем, рекламопроизводителем, рекламораспространителем спорной рекламы. Общество осуществляет поставку продукции для ИП М.

Таким образом, указание в рассматриваемой рекламе ИНН и ОГРН, не принадлежащих индивидуальному предпринимателю, вводят потребителей в заблуждения относительно продавца товара, что нарушает пункт 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

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 указанной 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.

Администрация городского округа «Город Йошкар-Ола» в письме от 30.12.2016 исх. №028-29/01-2034-16 (вх. №85 от 09.01.2017) указала, что разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на внешней стене здания, расположенного по адресу: ***, не выдавалось.

На основании изложенного, рассматриваемая реклама, размещенная на внешней стене здания посредством наружной рекламной конструкции в отсутствие разрешения уполномоченного органа на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, не соответствует требованиям части 9 статьи 19 Закона о рекламе.

Кроме того, статьей 21 Закона о рекламе установлены требования к рекламе алкогольной продукции.

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.

Из представленных Министерством экономического развития и торговли Республики Марий Эл деклараций об объеме розничной продажи пива и пивных напитков, сидра, пуаре и медовухи ИП М. за 2016 год, следует, что одним поставщиков продукции, реализуемой предпринимателем является ООО «Л», ОГРН и ИНН, которого указаны в спорной рекламе.

ООО «Л» в письменных пояснениях от 09.01.2017 исх. №1, что общество осуществляет поставку продукции ИП М. Также ООО «Л» представлены копии товарных накладных на поставку ИП М. по адресам: *** пивных напитков и пива с содержанием этилового спирта более 0,5 %, в том числе пиво нефilterованное непастеризованное неосветленное темное «Малаховский портер» (алк. 4,4%), пиво нефilterованное непастеризованное неосветленное темное «Малаховское красное» (алк. 4,1 %).

Из письменных пояснений ИП М. от 22.02.2017 исх. №72 следует, что по акции «Пиво за Бороду» осуществлялась реализация пива нефilterованного непастеризованного неосветленного темного «Малаховское красное» (алк. 4,1 %), пиво нефilterованного непастеризованного неосветленного темного «Малаховское ржаное» (алк. 4,9%).

Реклама, размещенная с помощью рекламных конструкций, является рекламой алкогольной продукции, поскольку изображение кружки с характерной пивной пеной ассоциируется у потребителей с определенным напитком - пивом, а не любым разливным напитком. Кроме того, в спорном рекламном материале неоднократно упоминается непосредственно пиво с указанием его вида (портер и

красное).

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.

Указанные рекламные конструкции располагаются на стенах здания по адресу: ***, что противоречит требованиям пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктами 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований пункта 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель, части 9 статьи 19, пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе – рекламодатель-распространитель.

Встроенное нежилое помещение, расположенное по адресу: *** на праве собственности принадлежит ИП М. (Свидетельство о государственной регистрации права от 12.12.2007).

Между ООО «Ж» и ИП М. заключен договор от 01.04.2015 №*** на управление, содержание и ремонт общего имущества многоквартирного дома, расположенного по адресу: *** (письмо от 23.01.2017 исх. №30).

Нежилое помещение, расположенное по адресу: ***, принадлежит на праве собственности также ИП М. (Свидетельство о государственной регистрации права от 22.01.2010).

Между ООО «Д» и ИП М. заключен договор от 01.01.2013 №*** управления, содержания и ремонта общего имущества многоквартирного дома с собственниками помещений в многоквартирном доме, расположенном по адресу: *** (письмо от 24.01.2017 исх. №18/02).

Реализацию алкогольной продукции в помещении по адресам: *** осуществляет ИП М.

Таким образом, рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламодателем-распространителем спорной рекламы является ИП М.

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

Марийское УФАС России, изучив представленные в материалы дела доказательства, учитывая отсутствие сведений об устранении факта нарушения законодательства о рекламе, считает необходимым выдать предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе ИП М.

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 следующего содержания:



размещенную на внешней стене зданий, расположенных по адресам: ***, поскольку нарушает требования пункта 20 части 3 статьи 5, части 9 статьи 19, пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать индивидуальному предпринимателю М. предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

ПО ДЕЛУ № 03-21/17-2017

«15» марта 2017 года

г. Йошкар-Ола

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

председатель Комиссии –

член Комиссии

член Комиссии

на основании своего решения от «15» марта 2017 года по делу № 03-21/17-2017 о признании ненадлежащей рекламы «Пиво за Бороду», размещенной на внешней стене зданий, расположенных по адресам***, в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Индивидуальному предпринимателю М. в семидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно прекратить распространение рекламы алкогольной продукции с нарушением пункта 20 части 3 статьи 5, части 9 статьи 19, пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

2. Индивидуальному предпринимателю М. представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в течение трех дней с момента его исполнения.

Пунктом 2.4 статьи 19.5 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность за невыполнение в установленный срок законного решения, предписания федерального антимонопольного органа, его территориального органа о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

Федерации.

Председатель Комиссии

Члены Комиссии: