

РЕШЕНИЕ № Р16/36-03

Резолютивная часть решения объявлена 1 сентября 2016 года

Решение изготовлено в полном объеме 14 сентября 2016 года

г. Тюмень

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии:	<...>	- заместитель руководителя управления;
Члены Комиссии:	<...>	-главный специалист-эксперт;
	<...>	- ведущий специалист-эксперт,

рассмотрев дело № Р16/36, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы продавца алкогольной продукции, имиджевой рекламы магазина, в присутствии представителя ИП <...>. – <...> (доверенность б/н от 15.07.2016),

УСТАНОВИЛА:

На заседании Комиссии отсутствовал ИП <...>. В соответствии с п. 30 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утверждены постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508), рассмотрение дела в отсутствие сторон возможно в случаях, если имеются данные об их своевременном извещении о месте и времени рассмотрения дела и если от них не поступило мотивированное ходатайство об отложении рассмотрения дела или указанное ходатайство не удовлетворено антимонопольным органом.

В материалах дела имеются сведения о надлежащем извещении лица, участвующего в деле, о времени и месте рассмотрения дела. (Почтовое уведомление № 62500097511842) Мотивированного ходатайства об отложении рассмотрения дела от ИП <...> не поступало, следовательно, дело может быть рассмотрено в отсутствие данного лица.

Тюменским УФАС России в соответствии со статьей 33 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 №38-ФЗ (далее - Закон о рекламе), в рамках реализации полномочий антимонопольного органа по государственному надзору за соблюдением законодательства РФ о рекламе был выявлен факт размещения рекламы на 13 странице в №2 (14) от 22.02.2016 рекламной информационно-аналитической газеты «Успех и формула успеха» следующего содержания: «ФИРМЕННЫЕ МАГАЗИНЫ РАЗЛИВНЫХ НАПИТКОВ. Ул. Казанская, 36Б, ул. Республики, 10Д, ул. Луначарского, 46, ул. Чернышевского, 2/3, ул. Мелиораторов, 26А/16, с. Бердюжье, ул. Кирова, 45А, с. Кахзанское, ул. Карла Маркса, 5А, с. Голышманово, ул. Комсомольская, 78, ул. Свердлова, 1Г «ТЦ Мечта», ул. Врачей Калининых, 19, ул. Рокоссовского, 1/4, ул. Карла Маркса, 24/1, ул. Курганская, 101, ул. Ершова, 87/6, с. Абатское, ул. Зеленая, 39А, с. Викулово, ул. Чапаева, 5А. ИШИМСКАЯ ПИВОВАРЕННАЯ КОМПАНИЯ»

Определением от 08.06.2016 № Р16/36-01 по данному событию возбуждено дело № Р16/36 по признакам нарушения требований ч.3 ст.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).

Согласно пункту 4 статьи 2 Закона о рекламе, специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

В данном случае необходимо учитывать обязательный юридический признак рекламы – адресация информации неопределенному кругу лиц (ст. 3 Закона о рекламе). В данной [норме](#) 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. Следовательно, для восприятия рекламы не требуется каких-либо специальных познаний, объект рекламирования (товар, услуга) является очевидным, понятным для потребителя.

Указанный вывод согласуется с позицией Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ, изложенной в Постановлении от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», который в п. 2 указал, что «при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы судам 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 (в том числе товарного знака)».

Анализ рекламной информации позволяет сделать вывод, что рассматриваемая реклама является рекламой продавца алкогольной продукции «Ишимской пивоваренной компании», а следовательно, на нее распространяются требования статьи 21 Закона о рекламе.

В указанной выше рекламе отсутствует предупреждение о вреде чрезмерного употребления алкогольной продукции, таким образом, усматриваются признаки нарушения части 3 статьи 21 Закона о рекламе.

Согласно ч. 4 ст. 2 Закона о рекламе специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

П. 4 ст. 3 Закона устанавливает, что ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Распространяемая информация направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к продавцу алкогольной продукции ИШИМСКОЙ ПИВОВАРЕННОЙ КОМПАНИИ, формирование и поддержание интереса у потенциального потребителя рекламы к объекту рекламирования и продвижение его на соответствующем товарном рынке.

Таким образом, Комиссия приходит к выводу о том, что спорная информация является рекламой продавца алкогольной продукции, а также магазинов Ишимской пивоваренной компании, не соответствующей требованиям ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

В соответствии с ч. 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе несет как рекламодатель, так и рекламораспространитель.

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;

реklamораспространитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму;

реklamораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно информации, предоставленной рекламораспространителем – издателем рекламно-информационной газеты «Успех формула успеха» ИП <...> (вх. 3843 от 16.05.2016г.) рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП <...> (адрес местонахождения: 627750, г.Ишим, <...>).

Согласно части 4 статьи 38 Закона о рекламе нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь ч. 2 ст. 33, ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, размещенную на 13 странице в №2 (14) от 22.02.2016 рекламно-информационной газеты «Успех и формула успеха» следующего содержания: «ФИРМЕННЫЕ МАГАЗИНЫ РАЗЛИВНЫХ НАПИТКОВ. Ул. Казанская, 36Б, ул. Республики, 10Д, ул. Луначарского, 46, ул. Чернышевского, 2/3, ул. Мелиораторов, 26А/16, с. Бердюжье, ул. Кирова, 45А, с. Кахзанское, ул. Карла Маркса, 5А, с. Голышманово, ул. Комсомольская, 78, ул. Свердлова, 1Г «ТЦ Мечта», ул. Врачей Калининых, 19, ул. Рокоссовского, ¼, ул. Карла Маркса, 24/1, ул. Курганская, 101, ул. Ершова, 87/6, с. Абатское, ул. Зеленая, 39А, с. Викулово, ул. Чапаева, 5А. ИШИМСКАЯ ПИВОВАРЕННАЯ КОМПАНИЯ», ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования ч. 3 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать индивидуальному предпринимателю <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Выдать индивидуальному предпринимателю <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тюменского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 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.

Председатель комиссии <...>

Члены комиссии <...>

<...>

ПРЕДПИСАНИЕ № Р16/36-04

о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

01.09.2016г.

г. Тюмень

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии: <...>	- заместитель руководителя
	управления;
Члены Комиссии: <...>	- главный специалист-эксперт,
<...>	- ведущий специалист-эксперт,

на основании своего решения № Р16/36-03 от 01.09.2016г. по делу № Р16/36 о признании ненадлежащей рекламы продавца алкогольной продукции, размещенной на 13 странице в №2 (14) от 22.02.2016 рекламной-информационной газеты «Успех и формула успеха» следующего содержания: «ФИРМЕННЫЕ МАГАЗИНЫ РАЗЛИВНЫХ НАПИТКОВ. Ул. Казанская, 36Б, ул. Республики, 10Д, ул. Луначарского, 46, ул. Чернышевского, 2/3, ул. Мелиораторов, 26А/16, с. Бердюжье, ул. Кирова, 45А, с. Кахзанское, ул. Карла Маркса, 5А, с. Голышманово, ул. Комсомольская, 78, ул. Свердлова, 1Г «ТЦ Мечта», ул. Врачей Калининых, 19, ул. Рокоссовского, ¼, ул. Карла Маркса, 24/1, ул. Курганская, 101, ул. Ершова, 87/6, с. Абатское, ул. Зеленая, 39А, с. Викулово, ул. Чапаева, 5А. ИШИМСКАЯ ПИВОВАРЕННАЯ КОМПАНИЯ», 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. ИП <...> **в десятидневный срок с момента получения настоящего предписания** устранить нарушение требований части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», а именно: прекратить распространение рекламы алкогольной продукции без надлежащего сопровождения предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления.

2. **В 5-дневный срок с момента исполнения настоящего предписания** представить письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Тюменское УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель комиссии

<...>

Члены комиссии

<...>

<...>

ПРЕДПИСАНИЕ № Р16/36-05

о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

01.09.2016г.

г. Тюмень

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии: <...>

- заместитель руководителя

управления;

<...>

- главный специалист-эксперт,

Члены Комиссии:

<...>

- ведущий специалист-эксперт,

на основании своего решения № Р16/36-03 от 01.09.2016г. по делу № Р16/36 о признании ненадлежащей рекламы продавца алкогольной продукции, размещенной на 13 странице в №2 (14) от 22.02.2016 рекламно-информационной газеты «Успех и формула успеха» следующего содержания: «ФИРМЕННЫЕ МАГАЗИНЫ РАЗЛИВНЫХ НАПИТКОВ. Ул. Казанская, 36Б, ул. Республики, 10Д, ул. Луначарского, 46, ул. Чернышевского, 2/3, ул. Мелиораторов, 26А/16, с. Бердюжье, ул. Кирова, 45А, с. Кахзанское, ул. Карла Маркса, 5А, с. Голышманово, ул. Комсомольская, 78, ул. Свердлова, 1Г «ТЦ Мечта», ул. Врачей Калининых, 19, ул. Рокоссовского, ¼, ул. Карла Маркса, 24/1, ул. Курганская, 101, ул. Ершова, 87/6, с. Абатское, ул. Зеленая, 39А, с. Викулово, ул. Чапаева, 5А. ИШИМСКАЯ ПИВОВАРЕННАЯ КОМПАНИЯ», 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. <...> в **десятидневный срок с момента получения настоящего предписания** устранить нарушение требований части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», а именно: прекратить распространение рекламы алкогольной продукции без надлежащего сопровождения предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления.

2. В **5-дневный срок с момента исполнения настоящего предписания** представить письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Тюменское УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель комиссии

<...>

Члены комиссии

<...>

<...>