

ИП <...>

РЕШЕНИЕ

по делу № 475-15/04 РЗ

Резолютивная часть решения оглашена 22 декабря 2015г.

Решение в полном объеме изготовлено 25 декабря 2015г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Орловской области (далее- Орловское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии – Гришунова Е.Н., и.о. заместителя руководителя управления;

Члены Комиссии – Губчевская М.В., ведущий специалист – эксперт;

-Силаев А.В., специалист 1 разряда,

рассмотрев дело №475-15/04 РЗ, возбужденное в отношении ИП <...>

по признакам нарушения пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального Закона от 13

марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»),

в присутствии:

- доверенного представителя ИП <...> (доверенность №2 от 21.12.2015г.),

УСТАНОВИЛА:

В соответствии с частью 1 статьи 33 Закона «О рекламе» антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе: предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе.

Управлением в результате проводимого должностными лицами антимонопольного органа наблюдения за соблюдением обязательных требований Закона «О рекламе» хозяйствующими субъектами и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими свою деятельность в сфере размещения наружной рекламы на территории г. Орла, был выявлен факт распространения наружной рекламы, а именно:

По адресу: г.Орел, ул. М.Горького, 50 расположен жилой дом, на первом этаже которого расположено торговое помещение «Пивмаг» в оформлении фасада которого использованы рекламные конструкции в виде щитов с информацией следующего содержания:

Текстовая составляющая рекламы:

Центральный фасад (вход в торговое помещение)

«ПивМаг» (щит –вывеска над входом в торговое помещение).

«Немецкое, Чешское, Бельгийское, Баварское, Венское, Эль. Более 30 сортов. Квас. Лимонад. Рыба (рекламный щит слева от входа).

«Сегодня акция. 2 л - 159 руб.» (рекламная растяжка в оформлении лестницы перед входом в торговое помещение).

«Всегда свежее, холодное разливное и бутылочное» (рекламная растяжка в оформлении лестницы справа от входа в торговое помещение).

Графическая составляющая рекламы:

В оформлении рекламной конструкции использованы изображения колосьев пшеницы, шишек хмеля, присутствует изображение наполненного пивного бокала с характерной пеной сверху и надписью «ПивМаг».

Слева от входа размещена следующая информация:

«ИП <...>

ПивМаг

Режим работы: 10.00-23.00. Без перерыва и выходных».

(далее- реклама «ПивМаг»).

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона «О рекламе» - **реклама** - это 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 продвижения на рынке.

Из данной нормы Закона «О рекламе» следует, что квалифицирующими признаками рекламы являются:

1.1. распространяется любым способом, в любой форме и любыми средствами: информация «ПивМаг» распространялась посредством размещения на конструкциях, используемых в оформлении фасада торгового помещения «ПивМаг» на первом этаже жилого дома по адресу: г.Орел, ул.Горького, 50.

1.2. адресуется неопределенному кругу лиц

Данная информация распространялась для круга лиц, который заранее не был определен в качестве конкретной стороны. Из указанной рекламной информации следовало, что информация была представлена всем потребителям, а не конкретно определившемуся лицу.

1.3. направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование и поддержание интереса к нему и его продвижения на рынке.

В статье 3 Закона «О рекламе» приведены понятия:

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);

товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Пунктом 2 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" от 08.10.2012 N 58 разъяснено, 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 (в том числе товарного знака).

Данная информация обращала внимание и поддерживала интерес к магазину «ПивМаг» и реализуемому в нем товару - в данном случае – **алкогольной продукции-пиву**, так как в самом тексте размещаемой информации присутствовало наименование марок и стран производителей алкогольных напитков (пива) **«Немецкое, Чешское, Бельгийское, Баварское, Венское, Эль»**. Изображение пивного бокала с белой пеной сверху, могло вызвать ассоциацию у потребителей с определенным напитком – пивом. Эффект отождествления усиливался и самим названием магазина «ПивМаг», которое у большинства потребителей также могло вызвать ассоциацию с алкогольной продукцией-пивом.

Таким образом, информация, размещенная на конструкциях на фасаде торгового помещения «ПивМаг» на первом этаже жилого дома по адресу: г.Орел, ул.Горького, 50 содержит сведения рекламного характера, то есть является рекламой, имеющей целью привлечение внимания неопределенного круга лиц к продавцу товара и товару, а именно –магазину «ПивМаг» и реализуемой в нем, в том числе, алкогольной продукции -пиву.

Рекламодатель и рекламораспространитель – ИП <...>.

В соответствии с пунктом 5 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе» *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 и ли вне их.

Реклама «ПивМаг», в том числе, алкогольной продукции-пива, размещается с использованием технических средств стабильного территориального размещения – рекламных щитов на фасаде торгового помещения «ПивМаг» на первом этаже жилого дома по адресу: г.Орел, ул.Горького, 50.

В соответствии со статьей 38 Закона «О рекламе»:

- ответственность за нарушение пункта 5 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе»

несет рекламодатель и рекламопроизводитель.

02.12.2015 года Управлением в отношении ИП <...> по признакам нарушения пункта 5 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе» было возбуждено дело №475-15/04РЗ.

Рассмотрение дела №475-15/04РЗ по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе было назначено на 22.12.2015г.

22.12.2015 г. для участия в рассмотрении дела №475-15/04 РЗ прибыл доверенный представитель <...> <...> (доверенность №2 от 21.12.2015г.).

Представитель ИП <...>, в рамках рассмотрения дела №475-15/04 РЗ, факт нарушения индивидуальным предпринимателем законодательства РФ о рекламе, а именно пункта 5 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе», не отрицал.

Представитель ИП <...> пояснил, что нарушение требований законодательства РФ о рекламе произошло из-за неверного трактования требований Закона «О рекламе» к рекламе алкогольной продукции.

По вопросу, кто является рекламопроизводителем указанной рекламы, представитель ИП <...> не смог дать пояснений, так как письменный договор с рекламопроизводителем не заключался, расчет производился наличным путем.

В настоящее время реклама «Пивмаг» продолжает распространяться.

Комиссия, рассмотрев документы, имеющиеся в материалах дела №475-15/04 РЗ, заслушав пояснения лица, участвующего в деле, пришла к следующим выводам:

1. В соответствии с частью 1 статьи 3 Закона «О рекламе» **реклама** - это 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.

Реклама «Пивмаг», размещенная на конструкциях на фасаде торгового помещения «ПивМаг» на первом этаже жилого дома по адресу: г.Орел, ул.Горького, 50, имела целью привлечение внимания неопределенного круга лиц к продавцу товара и товару, а именно –магазину «ПивМаг» и реализуемой в нем, в том числе, алкогольной продукции -пиву.

В самом тексте рекламной информации присутствовало наименование **марок (сортов)** алкогольных напитков (пива)- **«Немецкое, Чешское, Бельгийское, Баварское, Венское, Эль».**

Указанный факт подтверждается имеющимся в материалах дела ассортиментным перечнем товаров, реализуемых в магазине «Пивмаг», согласно

которому ИП <...>, реализует, в том числе, следующие сорта разливного пива: **чешское, чешское светлое нефilterованное, чешское темное нефilterованное, бельгийское, немецкое, ирландский эль.**

Таким образом, по мнению Комиссии, информация, размещенная на рекламных щитах на фасаде торгового помещения «Пивмаг», по адресу: г.Орел, ул.Горького, 50 содержит сведения рекламного характера, в том числе, **алкогольной продукции (пива).**

Факт распространения рекламы алкогольной продукции -пива ИП <...> не оспаривался, что подтверждается письменными пояснениями, имеющимися в материалах дела, а также устными пояснениями стороны по делу, в рамках заседания Комиссии.

2. В соответствии с **пунктом 5 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе»** 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.

Реклама алкогольной продукции «Пивмаг» размещается с использованием технических средств стабильного территориального размещения – рекламных щитов на фасаде торгового помещения «Пивмаг», по адресу: г.Орел, ул.Горького, 50.

3. Статьей 3 Закона «О рекламе» приведены следующие основные понятия:

- 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;

В ходе рассмотрения дела установлено, что рекламодателем и рекламораспространителем указанной рекламы является ИП <...> Рекламопроизводитель в рамках рассмотрения дела не установлен.

4. В соответствии с **пунктом 4 статьи 3 Закона «О рекламе»** *ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской*

Федерации.

Реклама алкогольной продукции «Пивмаг» размещалась с использованием технических средств стабильного территориального размещения – рекламных щитов на фасаде торгового помещения «Пивмаг», по адресу: г.Орел, ул.Горького, 50.

Указанная реклама противоречила требованиям пункта 5 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе», то есть **являлась ненадлежащей**.

5. В соответствии со статьей 38 Закона «О рекламе» за нарушение пункта 5 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе» несет ответственность рекламораспространитель.

6. Таким образом, ИП <...>, как рекламораспространитель, несет ответственность за нарушение пункта 5 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе».

7. В ходе заседания Комиссии установлено, что в настоящее время реклама «Пивмаг» продолжает распространяться.

8. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе (ненадлежащая реклама) установлена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь пунктом 2 части 1, пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 2 статьи 36 Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17 августа 2006 г. № 508 Комиссия,

Р Е Ш И Л А:

1. Признать ненадлежащей рекламу алкогольной продукции «Пивмаг», **распространяемую ИП <...>**, поскольку в ней нарушены требования пункта 5 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе».

2. Выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения требований пункта 5 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе».

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Орловского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренным частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении **ИП <...>**

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

Председатель Комиссии

Е.Н.Гришунова

Члены Комиссии

М.В. Губчевская

А.В.Силаев