РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ 78/16

Резолютивная часть решения оглашена «21» июля 2016 г

Решение в полном объеме изготовлено «28» июля 2016 г. г. Новосибирск

Комиссия Новосибирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы И.В. Волохина,

члены Комиссии: Е.А. Скоп – главный специалист-эксперт отдела рекламы

М.О. Хрипченко – специалист-эксперт отдела рекламы,

рассмотрев дело № 78/16, возбужденное по факту размещения на оконном проеме блинной «Bliss» (ООО «МиВЗ»), расположенного по адресу: г. Новосибирск, ул. Ленина, д. 20, информации, с признаками нарушения:

- п.5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон 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,

в присутствии:

заявителя – физическое лицо «…» (не явился, уведомлен надлежащим образом),

представителей лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «МиВЗ» - «…». (Доверенность от 27.06.2016 г.), «…». (Доверенность от 27.06.2016 г.),

УСТАНОВИЛА:

В Новосибирское УФАС России поступило обращение физического лица (вх. № 1442э от 08.04.2016 г.) по факту нарушения требований Закон о рекламе при размещении рекламы по ул. Ленина, д. 20.

Комиссией Новосибирского УФАС России в ходе рассмотрения данного дела установлено следующее.

На оконном проеме блинной «Bliss», расположенной по адресу: г. Новосибирск, ул. Ленина, д. 20, размещалась информация следующего содержания:

«Шоковые цены! Франция, Италия, Грузия, Крым/ Корпоративы и праздники», с изображением бокала с вином и бутылки вина «2010 Champo Gevrey-Chambertin ler Cru Cazetiers» (Акт фиксации информации от 11.04.2016 г.).

Согласно п.1 ст.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. Рассматриваемая информация является рекламной, т.к. привлекает внимание неопределенного круга лиц к товару (пиву определенной марки), изображенному на рекламе и предлагаемому к реализации определенным продавцом, и способствует его продаже, что в полной мере соответствует определению, указанному в Законе о рекламе.

Объектом рекламирования, согласно п.2 ст. 3 Закона о рекламе, является 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 (п.3 ст.3 Закона о рекламе).

Объектом рекламирования в данном случае является вино марки «2010 Champo Gevrey-Chambertin Ier Cru Cazetiers».

Согласно подпункту "г" пункта 3 статьи 1 Федерального закона от 18.07.2011 "О внесении изменений в Федеральный закон от 18.07.2011 N 218-ФЗ "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции" и отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившим силу Федерального закона "Об ограничениях розничной продажи и потребления (распития) пива и напитков, изготавливаемых на его основе" (далее - Закон N 218-ФЗ), с 1 июля 2012 года под алкогольной продукцией понимается 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.

В соответствии с ч.1 ст.19 Закона о рекламе, распространение наружной рекламы с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее - рекламных конструкций), 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 настоящей 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 п.5 ч. 2 ст. 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.

Поскольку рассматриваемая реклама размещена в оконном проеме, являющемся конструктивной частью здания кафе, то данная реклама указывает на признаки нарушения п.5 ч.2 ст.21 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение требований ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе несет рекламораспространитель (ст. 38 Закона о рекламе).

В соответствии с п.7 ст.3 Закона о рекламе, рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно информации вывеске, а также сведениям, предоставленным Комитетом Министерством промышленности, торговли и развития предпринимательства Новосибирской области, деятельность кафе по указанному адресу осуществляет ООО «МиВЗ» на основании Лицензии № 54РПА0002556 от 16.07.2015 г.

Принимая во внимание вышеизложенное, именно ООО «МиВЗ» является рекламораспространителем рассматриваемой рекламы.

В соответствии с пояснениями Общества (вх. № 5809 от 28.06.2016 г.) в связи с неблагоприятной экономической ситуацией и спадом посетителей в блинной «Bliss» проводилась акция, по которой была снижена цена на алкоголь до розничных цен торговых сетей.

Наклейка с указанной рекламой была размещена в марте 2016 г. перед праздниками 8 марта и масленицей. Реклама была изготовлена силам сотрудников Общества Виноградова М.Н. и Батуриной О.Ю. Макет бутылки с маркой вина был взят из сети Интернет, такого наименования алкогольной продукции в продаже у Общества не было.

В связи с отсутствием знаний действующего законодательства о рекламе сотрудниками Общества было допущено нарушение законодательства о рекламе.

Обществом реклама была демонтирована, о чем свидетельствует представленное фотоизображение.

Комиссия Новосибирского УФАС России, рассмотрев материалы дела и пояснения представителей Общества, приходит к следующим выводам.

Обществом представлены: Трудовой договор № 18 от 02.07.2012 г., заключенный с сотрудником Батуриной О.Ю., Приказ № 254 от 02.07.2012 г., копия трудовой книжки менеджера Батуриной О.Ю., Дополнительное соглашение № 12 от 01.12.2015 г. к трудовому договору № 56 от 01.05.2007 г., заключенному с Виноградовой М.Н., копия трудовой книжки и Приказ № 20 от 01.12.2015 г.

При этом, согласно требованиям ст. 402 Гражданского Кодекса РФ (далее – ГК РФ), действия работников должника по исполнению его обязательства считаются действиями должника. Должник отвечает за эти действия, если они повлекли неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательства.

В ст. 1068 ГК РФ предусмотрено, что юридическое лицо возмещает вред, причиненный его работником при исполнении трудовых (служебных, должностных) обязанностей. В этих случаях действия работников рассматриваются как действия работодателя, а юридическое лицо несет ответственность за действия своих работников.

Принимая во внимание вышеизложенное, именно ООО «МиВЗ» являясь рекламораспространителем допустил нарушение требований п.5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе.

В связи с представленными фотоизображениями, свидетельствующими о демонтаже рассматриваемой рекламы, Комиссия Новосибирского УФАС России приходит к выводу о нецелесообразности выдачи предписания об устранении нарушении законодательства РФ о рекламе.

Согласно п.4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Рассмотрев материалы дела, заслушав пояснения представителей ООО «МиВЗ», Комиссия, руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» №38-ФЗ от 13 марта 2006г. и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

1. Признать информацию, размещенную в апреле 2016 г. на оконном проеме блинной «Bliss» (ООО «МиВЗ»), расположенной по адресу: г. Новосибирск, ул. Ленина, д. 20, следующего содержания:

«Шоковые цены! Франция, Италия, Грузия, Крым/ Корпоративы и праздники», с изображением бокала с вином и бутылки вина «2010 Champo Gevrey-Chambertin ler Cru Cazetiers», ненадлежащей рекламой,

а Общество с ограниченной ответственностью «МиВЗ» (юридический адрес: Красный пр-т, д. 50, г. Новосибирск, 630091, ИНН 5406167345) нарушившим требования п.5 ч. 2 ст. 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.

2. Не выдавать ООО «МиВЗ» предписания о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Новосибирского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 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.