



УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ

ПО РЕСПУБЛИКЕ КОМИ

Р Е Ш

11 декабря 2017 года

(изготовление решения в полном объеме)

07 декабря 2017 года

(оглашение резолютивной части)

№ 03-01/11324

г. Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Коми УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

<...>,

рассмотрев дело № Р 30-11/17, возбужденное в отношении ООО «Баграм-345» по факту распространения посредством размещения на ограждении, перед зданием, расположенным по адресу: Республика Коми, г. Ухта, пгт. Шудаяг, ул. Шахтинская, 24/1, реклам следующего содержания: «ДЕГУСТАЦИЯ ВИН» и «РАЗЛИВНОЕ ПИВО» с признаками нарушения требований п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в отсутствие:

- заявителя – ГКУ РК «Коми реклама», надлежащим образом извещенного о времени и месте рассмотрения рекламного дела (соответствующие доказательства имеются в материалах рекламного дела),

- ООО «Баграм-345», надлежащим образом извещенного о времени и месте рассмотрения рекламного дела, направившего ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие представителя Общества,

УСТАНОВИЛА:

В Коми УФАС России поступило заявление ГКУ РК «Коми реклама» № 646 от 07.09.2017 (вх. № 4891 от 12.09.2017) о нарушении законодательства о рекламе.

В результате рассмотрения материалов заявления установлено, что на ограждении, перед зданием, расположенным по адресу: Республика Коми, г. Ухта, пгт. Шудаяг, ул. Шахтинская, 24/1, с обеих сторон от входа в здание размещены конструкции с информацией следующего содержания:

- «ДЕГУСТАЦИЯ ВИН» - слева от входа,

- «РАЗЛИВНОЕ ПИВО» - справа от входа.

По результатам рассмотрения заявления принято решение о возбуждении дела № Р 30-11/17 по признакам нарушения п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе в отношении ООО «Баграм-345», о чем вынесено соответствующее определение № 03-01/10587 от 10.11.2017.

Из материалов дела № Р 30-11/17 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

В соответствии со 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.

В силу пунктов 2 и 5 ч. 2 ст. 2 Закона о рекламе данный закон не распространяется на информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом, а также на вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера.

В соответствии с п. 1 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» информация, обязательная к размещению в силу закона или размещенная в силу обычая делового

оборота, не является рекламой. При этом не является рекламой размещение наименования (коммерческого обозначения) организации в месте ее нахождения, а также иной информации для потребителей непосредственно в месте реализации товара, оказания услуг (например, информации о режиме работы, реализуемом товаре), поскольку размещение такой информации в указанном месте не преследует целей, связанных с рекламой.

Рассматриваемые конструкции размещены вне места нахождения соответствующей организации и не в месте реализации товара, а непосредственно перед зданием, в котором осуществляет свою деятельность такая организация. Как усматривается из материалов рекламного дела, в здании, перед которым размещены указанные конструкции, расположены несколько магазинов и закусочная, в том числе магазин «Особенный» и закусочная «Разливное пиво», принадлежащие ООО «Баграм-345».

Из письменной информации и копий документов, представленных ООО «Баграм-345» в материалы рекламного дела, следует, что в магазине «Особенный» и закусочной «Разливное пиво» реализуется, в том числе алкогольная продукция.

ФАС России по вопросу квалификации рассматриваемой информации указала следующее.

Согласно пункту 16 информационного письма Президиума ВАС РФ от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

По мнению специалистов ФАС России, размещенная на конструкциях информация – «Дегустация вин» и «Разливное пиво» может рассматриваться в качестве рекламы продавца алкогольной продукции, поскольку размещается на ограждении в месте прохода на территорию магазина, а также тематически связана с продуктовой направленностью магазина, таким образом, у потребителя может создавать ассоциацию с определенным товаром (данным магазином и оказываемыми им услугами), соответственно, такая информация формирует интерес к указанному магазину. Такая реклама должна соответствовать, в том числе требованиям статьи 21 Закона о рекламе.

При таких обстоятельствах, с учетом позиции ФАС России, информация, размещенная на указанных конструкциях, содержит все правовые признаки рекламы, а именно:

- распространена посредством размещения на ограждении перед входом в здание, расположенное по адресу: Республика Коми, г. Ухта, пгт. Шудаяг, ул. Шахтинская, 24/1;

- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования: дегустации вин, разливному пиву, формированию и поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке (далее – рассматриваемые рекламы).

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.

В соответствии с п. 7 ст. 2 Федерального закона № 171-ФЗ от 22.11.1995 «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» (далее – Федеральный закон № 171-ФЗ от 22.11.1995) **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, коньяк), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

Согласно п. 13.1 ст. 2 Федерального закона № 171-ФЗ от 22.11.1995 **пиво** – алкогольная продукция с содержанием этилового спирта, образовавшегося в процессе брожения пивного сусла, которая произведена из пивоваренного солода, хмеля и (или) полученных в результате переработки хмеля продуктов (хмелепродуктов), воды с использованием пивных дрожжей, без добавления этилового спирта, ароматических и вкусовых добавок.

В соответствии с п. 11 ст. 2 Федерального закона № 171-ФЗ от 22.11.1995 **вино** – алкогольная продукция с содержанием этилового спирта от 8,5 (за исключением вина с защищенным географическим указанием или с защищенным наименованием места происхождения) до 16,5 (за исключением столового вина) процента объема готовой продукции, произведенная в результате полного или неполного брожения ягод свежего винограда, виноградного сусла без добавления этилового спирта, а также без добавления (за исключением столового вина) концентрированного виноградного сусла и (или) ректифицированного концентрированного виноградного сусла.

Таким образом, рассматриваемые рекламы являются рекламой алкогольной продукции, следовательно, в силу п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе, не

должны 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 силу положений, установленных п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

При таких обстоятельствах рассматриваемые рекламы распространены в нарушение требований п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе.

На основании ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе, несёт рекламораспространитель.

Согласно ч. 8 ст. 38 Закона о рекламе рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в ч. 7 настоящей статьи, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодаделец – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

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

В письменных пояснениях, имеющихся в материалах рекламного дела, ГКУ РК «Коми реклама» указало, что разрешение на установку рассматриваемых рекламных конструкций не выдавалось, с заявлением на выдачу разрешений в Учреждение никто не обращался, владелец данных конструкций не установлен. ГКУ РК «Коми реклама» выдало 03.08.2017 предписание о демонтаже указанных конструкций владельцу недвижимого имущества, к которому присоединены конструкции, – ООО «Стройком».

В материалах рекламного дела имеется копия письма ООО «Стройком» № 33 от 24.08.2017, в котором Общество сообщает об исполнении предписания о демонтаже рекламных конструкций. Из письма следует, что в течение 3 дней со дня выдачи предписания информация, размещенная на конструкциях, удалена, 24.08.2017 осуществлен полный демонтаж рекламных конструкций. К письму приложены фотографии от 24.08.2017, из которых усматривается, что рассматриваемые конструкции демонтированы.

ООО «Баграм-345» представило в материалы рекламного дела письменные

пояснения, согласно которым до поступления информации от ООО «Стройком» о наличии предписания о демонтаже рекламных конструкций администрация ООО «Баграм-345» не обладала сведениями о размещении рассматриваемых реклам; рассматриваемые конструкции размещены <...> торговой точки – <...> (далее – <...>) самостоятельно, без согласования с ООО «Баграм-345»; содержание и наполнение реклам определено <...> без согласования с ООО «Баграм-345».

В материалы рекламного дела представлена копия объяснительной записки <...>, из которой следует, что она является <...> магазина «Особенный» и закусочной «Разливное пиво», осуществляет общее руководство работой данной торговой точки. В конце июня 2017 года <...> заказала изготовление двух плакатов, которые в дальнейшем сама разместила на ограждении перед входом в торговую точку. Содержание плакатов определила сама и ни с кем не согласовывала, так как полагала, что они не являются рекламой, а представляют собой вывески об услугах магазина.

Как указывает <...>, причиной размещения рассматриваемых реклам было стремление привлечь большее количество покупателей и повышение прибыльности магазина, в соответствии с её должностной инструкцией.

В материалы рекламного дела представлены копии следующих документов: приказа ООО «Баграм-345» от <...> о приеме <...> на работу, трудового договора от <...>, должностной инструкции <...>, с которой <...> ознакомлена.

В соответствии с трудовым договором <...> с <...> принята на должность <...> в магазин «Особенный» и закусочную «Разливное пиво».

Согласно п. 3.2.7 трудового договора работник осуществляет размещение информации о товарах, услугах, проводимых акциях (вывески, плакаты, баннеры) с учётом предъявляемых к такой информации требований.

Пунктами 3.3, 3.3.1 трудового договора установлено, что работник должен знать основные законы и иные нормативные акты, правила и положения, регламентирующие отношения продавца и покупателя, порядок продажи товаров, размещение рекламы товаров (в части рекламы алкогольной продукции).

В соответствии с пунктами 9.1, 9.1.1 трудового договора <...> несёт ответственность за невыполнение, ненадлежащее исполнение функциональных обязанностей.

Пунктом 1.7 должностной инструкции предусмотрено, что <...> должен знать, в том числе законодательство о рекламе (в части рекламы алкогольной продукции).

Согласно п. 1.8 должностной инструкции <...> руководствуется в своей

деятельности законодательными актами РФ, в том числе о рекламе.

Пунктом 2.3 должностной инструкции предусмотрено, что <...> осуществляет обеспечение продаж, в том числе размещение информации о товарах, услугах, проводимых акциях (вывески, плакаты, баннеры) с учётом предъявляемых к такой информации требований.

Пунктом 2.4 должностной инструкции установлено, что <...> осуществляет контроль за соблюдением требований к размещению информации о товарах, услугах, проводимых акциях (вывески, плакаты, баннеры).

В соответствии с п. 4.2 должностной инструкции за правонарушения, совершённые в период осуществления своей деятельности, <...> несёт ответственность в соответствии с действующим гражданским, административным и уголовным законодательством Российской Федерации.

Из материалов рекламного дела усматривается, что рекламодателем рассматриваемых реклам является должностное лицо ООО «Баграм-345» – <...> магазина «Особенный» и закусочной «Разливное пиво» <...>, рассматриваемые рекламы распространены ею с целью получения магазином и закусочной, в которых она работает, прибыли от экономической деятельности, что отвечает целям предпринимательской деятельности.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе произошло по вине рекламодателя – <...> магазина «Особенный» и закусочной «Разливное пиво» ООО «Баграм-345» <...>

Из материалов рекламного дела усматривается, что <...> не предпринято должных мер, направленных на соблюдение требований законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении рассматриваемых реклам, что и привело к нарушению.

Таким образом, <...> нарушены требования п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе.

Довод <...> о том, что размещённая ею информация не является рекламой, а представляет собой вывески об услугах магазина, Комиссией отклонён по основаниям, изложенным на странице 2 настоящего Решения.

Из материалов рекламного дела следует, что рассматриваемые рекламы распространялись с июня 2017 года по 24 августа 2017 года на территории пгт. Шудаяг г. Ухты Республики Коми.

Комиссией установлено, что на дату вынесения решения факт распространения рассматриваемых реклам не имеет места, что подтверждается фотографиями, представленными ГКУ РК «Коми реклама» в материалы рекламного дела.

В связи с чем, Комиссия сочла нецелесообразной выдачу <...> предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о

рекламе и прекращении распространения ненадлежащих реклам.

На основании изложенного, руководствуясь п. 4 ст. 3, п. 2 ч. 1 ст. 33, п. 7 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 – 43, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, п. 3.58 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12,

Р Е Ш И Л А:

1. Признать рекламы следующего содержания: «ДЕГУСТАЦИЯ ВИН» и «РАЗЛИВНОЕ ПИВО», распространённые посредством размещения на ограждении, перед зданием, расположенным по адресу: Республика Коми, г. Ухта, пгт. Шудаяг, ул. Шахтинская, 24/1, ненадлежащими, поскольку они распространены с нарушением требований п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе.

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащих реклам <...> магазина «Особенный» и закуской «Разливное пиво» ООО «Баграм-345» <...> не выдавать, поскольку распространение реклам, указанных в п. 1 настоящего решения, прекращено.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении <...> магазина «Особенный» и закуской «Разливное пиво» ООО «Баграм-345» <...> дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 11 декабря 2017 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня принятия решения в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель
Комиссии

_____ <...>

Члены Комиссии

_____ <...>

_____ <...>