

ООО «Айшан»

129344, г. Москва,  
ул. Енисейская, д. 5

129327, г. Москва,  
ул. Коминтерна, д. 20/2, стр. 1

127521, г. Москва,  
ул. Шереметьевская, вл. 37А

ООО «Гратис»

117342, г. Москва,  
ул. Бутлерова, д. 24, кв. 193

105037, г. Москва,  
ул. 2-я Прядильная, д. 8, стр. 4

117279, г. Москва,  
а/я № 51, ОПС 279

ИП Полякову К.А.

(...)

## РЕШЕНИЕ

«16» февраля 2016 г. г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе (далее — Комиссия Московского УФАС России) в составе:

председателя Комиссии – И.С. Гудковой,

членов Комиссии: К.С. Сучковой, Н.С. Уваровой,

рассмотрев дело № 3-21-238/77-15 по признакам нарушения ООО «Айшан» пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы алкогольной продукции на стене супермаркета «Хороший Маркет», расположенному по адресу: г. Москва, ул. Енисейская, д. 5.

в присутствии представителя ООО «Айшан» в лице Азымова Н.Н. (доверенность б/н от 11.01.2016),

в отсутствие представителей ИП Полякова, ООО «Гратис» (надлежащим образом уведомлены);

### УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-21-238/77-15 возбуждено Московским УФАС России на основании заявления физического лица относительно распространения рекламы алкогольной продукции на стене супермаркета «Хороший Маркет», расположенному по адресу: г. Москва, ул. Енисейская, д. 5.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, выслушав доводы представителей, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссией Московского УФАС России установлено следующее.

В соответствии с пунктом 28 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, при рассмотрении дела антимонопольный орган знакомится с письменными и вещественными доказательствами по делу, заслушивает объяснения лиц, участвующих в деле, заключения экспертов, а также оглашает представленные в письменной форме объяснения и заключения.

Антимонопольный орган обязан принимать все предусмотренные законодательством Российской Федерации меры для всестороннего,

полного и объективного выяснения всех обстоятельств дела.

Согласно представленным заявителем фотоматериалам, на фасаде здания, в котором расположен супермаркет «Хороший Маркет», размещена конструкция в виде щита, прочно прикрепленного к стене здания, содержащая изображение алкогольной продукции, в том числе: виски «Jack Daniels», коньяк «Hennessy V.S.O.P», вермут «Martini Bianco», водку «Парламент» и пр.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является информация, распространяемая 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 соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, объектом рекламирования является товар, средство 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.

В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе, под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно пункту 2 постановления Пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», 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).

По смыслу части 1 статьи 19 Закона о рекламе к числу технических средств стабильного территориального размещения относятся щиты, стенды, строительные сетки, перетяжки, электронные табло, воздушные шары, аэростаты и иные объекты, монтируемые и располагаемые на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта.

При этом определяющим признаком для отнесения той или иной конструкции-рекламоносителя к числу технических средств стабильного территориального размещения, по смыслу указанной части 1 статьи 19 Закона о рекламе, является невозможность перемещения и изменения положения в пространстве присоединенной к конструкции рекламы.

Также размещение на внешней стене супермаркета «Хороший Маркет», расположенного по адресу: г. Москва, ул. Енисейская, д. 5, рекламы алкогольной продукции делает указанные сведения доступными для восприятия широкому заранее неопределенному кругу лиц,

находящемся в непосредственной близости от указанного магазина.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации как предназначенность для неопределенного круга лиц означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Таким образом, спорная информация соответствует установленным действующим законодательством критериям, предъявляемым к рекламе: размещена на внешней стене супермаркета «Хороший Маркет», вызывает у неопределенного круга потребителей однозначную устойчивую ассоциацию с конкретным товаром - алкогольной продукцией.

На основании изложенного, Комиссией Московского УФАС России реклама алкогольной продукции, размещенная на стене супермаркета «Хороший Маркет», признана рекламой.

В соответствии с представленной в адрес Московского УФАС России информации, спорная реклама была распространена на основании Договора аренды нежилого помещения от 14.12.2010, заключенного между ООО «Гратис» и ИП Поляковым К.А., ООО «Гратис» предоставил за плату во временное владение и пользование помещения, расположенные по адресу: г. Москва, ул. Енисейская, д. 5. В свою очередь, ИП Поляков К.А., в свою очередь, заключил договор субаренды нежилого помещения № 11-ИП-1 от 16.02.2011 с ООО «Айшан». На основании представленного договора, а также согласно письменным пояснениям ИП Полякова К.А., на момент распространения спорной рекламы ООО «Айшан» являлось фактическим пользователем помещений на 1 этаже и на 2 этаже по адресу: г. Москва, ул. Енисейская, д. 5.

На заседании Комиссии Московского УФАС России, представитель ООО «Айшан» не отрицал факт размещения указанной выше рекламы.

На основании изложенного, Комиссией Московского УФАС России установлен факт нарушения пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе при распространении рассматриваемой рекламы.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, является ненадлежащей.

Таким образом, реклама алкогольной продукции на стене супермаркета «Хороший Маркет», расположенному по адресу: г. Москва, ул. Енисейская, д. 5, содержащая нарушение пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе, является ненадлежащей.

Согласно части 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе, несет рекламораспространитель.

Исходя из представленных документов и материалов, рекламораспространителем указанной рекламы алкогольной продукции на стене супермаркета «Хороший Маркет» является ООО «Айшан». Данный факт представителем ООО «Айшан» не оспаривался.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с представленными в материалы дела документами и сведениями, ООО «Айшан» устранило нарушение, выразившееся в распространении рекламы алкогольной продукции на стене супермаркета «Хороший Маркет», расположенному по адресу: г. Москва, ул. Енисейская, д. 5, а именно, изображения и надписи алкогольной продукции были удалены с баннера. Данный факт подтверждается фотоматериалами, представленными представителем Общества на заседании Комиссии Московского УФАС России, а также Актом устранения нарушения, допущенных при сооружении рекламной вывески. Данный Акт был подписан свидетелями.

Таким образом, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу об отсутствии необходимости выдачи предписаний в связи с прекращением распространения спорной рекламы.

Также, частью 4 статьи 38 Закона о рекламе, частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ) предусмотрена административная ответственность за нарушение рекламоделом, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе.

Исходя из части 1 статьи 4.5 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении за нарушение законодательства о рекламе не может быть вынесено по истечении одного года со дня совершения административного правонарушения.

Реклама алкогольной продукции размещалась на стене супермаркета «Хороший Маркет» в мае 2014 года.

Таким образом, срок давности привлечения к административной ответственности в настоящем случае истек.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 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, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать рекламу алкогольной продукции на стене супермаркета «Хороший Маркет», расположенному по адресу: г. Москва, ул. Енисейская, д. 5, ненадлежащей в связи с нарушением требований пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.
2. Не выдавать предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Не передавать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3

Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в связи с истечением срока давности привлечения к административной ответственности.

Решение может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня его принятия в Арбитражный суд г. Москвы в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

И.С. Гудкова

Члены Комиссии

К.С. Сучкова

Н.С. Уварова