

№ 4969/04-01 от 02.07.2019

РЕШЕНИЕ по делу № 076/05/21-71/2019

«18» июня 2019 года

г. Ярославль

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

председатель Комиссии – заместитель руководителя Управления Гудкевич Е. В.,

члены Комиссии – начальник отдела контроля органов власти и рекламы Семенюк А. В., главный специалист-эксперт Солодяшкина С.Д.,

рассмотрев дело № 076/05/21-71/2019 по признакам нарушения законодательства о рекламе по факту распространения рекламы кафе-бара «Ежики» с признаками нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в присутствии ИП , привлеченного к участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации,

УСТАНОВИЛА:

Ярославским УФАС России в ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе 29.03.2019 г. установлен факт распространения информации следующего содержания: «Меню Работаем до 02. 00 пиво - 0, 5 100 руб. у нас можно выпить свой алкоголь» на рекламной конструкции, размещенной на стене здания по адресу: г. Ярославль, ул. Первомайская, д. 25 а, в котором располагается кафе-бар «Ежики», напротив театра им. Федора Волкова.

Дело возбуждено по признакам нарушения пункта 5 части 2 статьи 21, пункта 6 части 2 статьи 21, части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»).

ИП сообщил, что не согласен с указанными признаками нарушений и пояснил следующее.

В настоящее время ИП осуществляет предпринимательскую деятельность в сфере общественного питания в принадлежащем ему кафе-баре «Ежики», расположенном по адресу: г. Ярославль, ул. Первомайская, д. 25 а.

Рассматриваемая рекламная конструкция размещена на внешней стороне здания, где располагается кафе-бар «Ежики» и представляет собой стилизованный вертикально установленный прямоугольник (доску объявлений) с названием «Ежики. Кафе-бар» и не содержит более никакой информации. Данная конструкция предназначена для нанесения рукописного текста мелом или фломастером, который легко удаляется и наносится заново. В подтверждение в материалы дела представлена фотофиксация. Сама конструкция рекламы алкогольной продукции не содержит, установлена в соответствии с требованиями рекламного законодательства. Изготавливалась рекламная конструкция в рекламном агентстве, в материалы дела представлены копии квитанций об оплате за изготовление данной рекламной конструкции.

ИП о рассматриваемой информации «пиво - 0, 5 100 руб. у нас можно выпить свой алкоголь» ничего не известно. Поскольку конструкция находится в общедоступном месте, такие надписи могло сделать любое постороннее лицо.

Кроме того, ИП полагает, что выражение «у нас можно выпить свой алкоголь» не содержит бранных слов, непристойных и оскорбительных сравнений. Употребление в кафе и ресторанах с разрешения администрации алкогольных напитков, принесенных посетителями, является обычной практикой и никого не унижает с точки зрения морали и

нравственности.

Копии аналогичных письменных пояснений представлены в материалы дела.

Рассмотрев материалы дела, представленные документы и пояснения ИП , Комиссия пришла к следующим выводам.

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») реклама – информация, распространяемая любым способом, в любой форме и использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование и поддержание интереса к нему, и его продвижение на рынке.

Пункт 2 той же статьи определяет объект рекламирования как 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.

Информация, размещенная на указанной рекламной конструкции, обладает всеми вышеперечисленными признаками и, следовательно, является рекламой. Объектом рекламирования в данной статье выступает кафе-бар «Ежики», в котором, как следует из рекламы, реализуется алкогольная продукция, либо возможно употребление собственного алкоголя.

В соответствии с пунктом 5 части 2 статьи 21 ФЗ «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 Письмом ФАС России от 24.01.2011 N АК/1829 "О разграничении понятий вывеска и реклама", а также Письмом ФАС России от 26.12.2013 № АК/53059/13 «О разграничении понятий вывеска и реклама» системный анализ гражданского законодательства Российской Федерации свидетельствует о том, что объектом рекламирования может быть тот товар, предназначенный для продажи или иного введения в гражданский оборот, который можно индивидуализировать, выделить среди однородной группы товаров. Соответственно, реклама товара всегда представляет собой информацию о конкретном товаре, который можно индивидуализировать внутри группы однородных товаров.

Учитывая изложенное, сами по себе слова и выражения: пиво, живое пиво, вина, вина Кубани, сигареты, алкоголь, табак и т.п., не могут быть признаны рекламой, поскольку представляют собой обобщенное наименование группы товаров и не позволяют выделить конкретный товар среди ряда однородных товаров и сформировать к нему интерес.

Таким образом, поскольку рассматриваемая рекламная информация не содержит указания на конкретные марки пивной продукции, но в ней указано «пиво - 0, 5 100 руб.», то в данном случае имеет место не реклама пива и алкогольной продукции, а рекламируется кафе-бар «Ежики».

Вместе с тем, согласно пункту 4 части 2 статьи 2 ФЗ «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.

Таким образом, поскольку рассматриваемая рекламная информация о продавце алкогольной пивной продукции размещена на рекламной конструкции на внешней стене здания, в котором располагается кафе-бар «Ежики», то в данном случае установлено нарушение пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Кроме того, в соответствии с пунктом 6 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться в детских, образовательных, медицинских, санаторно-курортных, оздоровительных, военных организациях, театрах, цирках, музеях, домах и дворцах культуры, концертных и выставочных залах, библиотеках, лекториях, планетариях и на расстоянии ближе, чем сто метров от занимаемых ими зданий, строений, сооружений.

Поскольку рассматриваемая реклама размещена в непосредственной близости от театра им. Федора Волкова, которая составляет менее 100 м, то в данном случае также установлено нарушение пункта 6 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Согласно части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе» в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

По мнению Комиссии, данная реклама не содержит бранных слов непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, и следовательно, в данном случае не установлено нарушения части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Согласно части 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 2 статьи 21 данного закона, несет рекламодатель.

В соответствии с пунктом 7 части 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Установлено, что деятельность в кафе-баре «Ежики» осуществляет ИП .

На основании изложенного, а также имеющихся в материалах дела документов и пояснений, в соответствии с пунктом 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП .

Следовательно, ИП как рекламодатель рассматриваемой рекламы нарушил требования пункта 5 части

2 статьи 21, пункта 6 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации является ненадлежащей.

Ответственность за нарушение требований пункта 5 части 2 статьи 21, пункта 6 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 4, 37-43, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу продавца алкогольной продукции: «Меню Работаем до 02. 00 пиво - 0, 5 100 руб. у нас можно выпить свой алкоголь», размещенную на рекламной конструкции на стене здания по адресу: г. Ярославль, ул. Первомайская, д. 25 а, в котором располагается кафе-бар «Ежики», напротив театра им. Федора Волкова, поскольку в данном случае нарушены требования пункта 5 части 2 статьи 21, пункта 6 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ИП предписание об устранении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дел уполномоченному должностному лицу Ярославского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «02» июля 2019 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

Е. В. Гудкевич

Члены Комиссии:

А. В. Семенюк

С.Д. Солодяшкина

ИП

№ 4969/04-01 от 02.07.2019

РЕШЕНИЕ по делу № 076/05/21-71/2019

«18» июня 2019 года

г. Ярославль

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

председатель Комиссии – заместитель руководителя Управления Гудкевич Е. В.,

члены Комиссии – начальник отдела контроля органов власти и рекламы Семенюк А. В., главный специалист-эксперт Солодяшкина С.Д.,

рассмотрев дело № 076/05/21-71/2019 по признакам нарушения законодательства о рекламе по факту распространения рекламы кафе-бара «Ежики» с признаками нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в присутствии

ИП , привлеченного к участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации,

УСТАНОВИЛА:

Ярославским УФАС России в ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе 29.03.2019 г. установлен факт распространения информации следующего содержания: «Меню Работаем до 02. 00 пиво - 0, 5 100 руб. у нас можно выпить свой алкоголь» на рекламной конструкции, размещенной на стене здания по адресу: г. Ярославль, ул. Первомайская, д. 25 а, в котором располагается кафе-бар «Ежики», напротив театра им. Федора Волкова.

Дело возбуждено по признакам нарушения пункта 5 части 2 статьи 21, пункта 6 части 2 статьи 21, части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»).

ИП сообщил, что не согласен с указанными признаками нарушений и пояснил следующее.

В настоящее время ИП осуществляет предпринимательскую деятельность в сфере общественного питания в принадлежащем ему кафе-баре «Ежики», расположенном по адресу: г. Ярославль, ул. Первомайская, д. 25 а.

Рассматриваемая рекламная конструкция размещена на внешней стороне здания, где располагается кафе-бар «Ежики» и представляет собой стилизованный вертикально установленный прямоугольник (доску объявлений) с названием «Ежики. Кафе-бар» и не содержит более никакой информации. Данная конструкция предназначена для нанесения рукописного текста мелом или фломастером, который легко удаляется и наносится заново. В подтверждение в материалы дела представлена фотофиксация. Сама конструкция рекламы алкогольной продукции не содержит, установлена в соответствии с требованиями рекламного законодательства. Изготавливалась рекламная конструкция в рекламном агентстве, в материалы дела представлены копии квитанций об оплате за изготовление данной рекламной конструкции.

ИП о рассматриваемой информации «пиво - 0, 5 100 руб. у нас можно выпить свой алкоголь» ничего не известно. Поскольку конструкция находится в общедоступном месте, такие надписи могло сделать любое постороннее лицо.

Кроме того, ИП полагает, что выражение «у нас можно выпить свой алкоголь» не содержит бранных слов, непристойных и оскорбительных сравнений. Употребление в кафе и ресторанах с разрешения администрации алкогольных напитков, принесенных посетителями, является обычной практикой и никого не унижает с точки зрения морали и нравственности.

Копии аналогичных письменных пояснений представлены в материалы дела.

Рассмотрев материалы дела, представленные документы и пояснения ИП , Комиссия пришла к следующим выводам.

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») реклама – информация, распространяемая любым способом, в любой форме и использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование и поддержание интереса к нему, и его продвижение на рынке.

Пункт 2 той же статьи определяет объект рекламирования как 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.

Информация, размещенная на указанной рекламной конструкции, обладает всеми вышеперечисленными признаками и, следовательно, является рекламой. Объектом рекламирования в данной статье выступает кафе-бар «Ежики», в котором, как следует из рекламы, реализуется алкогольная продукция, либо возможно употребление собственного алкоголя.

В соответствии с пунктом 5 части 2 статьи 21 ФЗ «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 Письмом ФАС России от 24.01.2011 N АК/1829 "О разграничении понятий вывеска и реклама", а также Письмом ФАС России от 26.12.2013 № АК/53059/13 «О разграничении понятий вывеска и реклама» системный анализ гражданского законодательства Российской Федерации свидетельствует о том, что объектом рекламирования может быть тот товар, предназначенный для продажи или иного введения в гражданский оборот, который можно индивидуализировать, выделить среди однородной группы товаров. Соответственно, реклама товара всегда представляет собой информацию о конкретном товаре, который можно индивидуализировать внутри группы однородных товаров.

Учитывая изложенное, сами по себе слова и выражения: пиво, живое пиво, вина, вина Кубани, сигареты, алкоголь, табак и т.п., не могут быть признаны рекламой, поскольку представляют собой обобщенное наименование группы товаров и не позволяют выделить конкретный товар среди ряда однородных товаров и сформировать к нему интерес.

Таким образом, поскольку рассматриваемая рекламная информация не содержит указания на конкретные марки пивной продукции, но в ней указано «пиво - 0, 5 100 руб.», то в данном случае имеет место не реклама пива и алкогольной продукции, а рекламируется кафе-бар «Ежики».

Вместе с тем, согласно пункту 4 части 2 статьи 2 ФЗ «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.

Таким образом, поскольку рассматриваемая рекламная информация о продавце алкогольной пивной продукции размещена на рекламной конструкции на внешней стене здания, в котором располагается кафе-бар «Ежики», то в данном случае установлено нарушение пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Кроме того, в соответствии с пунктом 6 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться в детских, образовательных, медицинских, санаторно-курортных, оздоровительных, военных организациях, театрах, цирках, музеях, домах и дворцах культуры, концертных и выставочных залах, библиотеках, лекториях, планетариях и на расстоянии ближе, чем сто метров от занимаемых ими зданий, строений, сооружений.

Поскольку рассматриваемая реклама размещена в непосредственной близости от театра им. Федора Волкова, которая составляет менее 100 м, то в данном случае также установлено нарушение пункта 6 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Согласно части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе» в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

По мнению Комиссии, данная реклама не содержит бранных слов непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, и следовательно, в данном случае не установлено нарушения части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Согласно части 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 2 статьи 21 данного закона, несет рекламодатель.

В соответствии с пунктом 7 части 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Установлено, что деятельность в кафе-баре «Ежики» осуществляет ИП _____.

На основании изложенного, а также имеющихся в материалах дела документов и пояснений, в соответствии с пунктом 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП _____.

Следовательно, ИП _____ как рекламодатель рассматриваемой рекламы нарушил требования пункта 5 части 2 статьи 21, пункта 6 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации является ненадлежащей.

Ответственность за нарушение требований пункта 5 части 2 статьи 21, пункта 6 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 4, 37-43, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу продавца алкогольной продукции: «Меню Работаем до 02. 00 пиво - 0, 5 100 руб. у нас можно выпить свой алкоголь», размещенную на рекламной конструкции на стене здания по адресу: г. Ярославль, ул. Первомайская, д. 25 а, в котором располагается кафе-бар «Ежики», напротив театра им. Федора Волкова, поскольку в данном случае нарушены требования пункта 5 части 2 статьи 21, пункта 6 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ИП _____ предписание об устранении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дел уполномоченному должностному лицу Ярославского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «02» июля 2019 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

Е. В. Гудкевич

Члены Комиссии:

А. В. Семенюк

С.Д. Солодяшкина