ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

О РЕКЛАМЕ

«14» октября 2019г. г. Кемерово

Заместитель председателя Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе, <…>, заместитель руководителя управления, рассмотрев материалы о распространении индивидуальным предпринимателем <…> (далее – ИП <…>, <…>) рекламы, содержащей признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006№ 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту - ФЗ «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

В адрес Кемеровского УФАС России поступило обращение отдела архитектуры и градостроительства Администрации Мариинского муниципального района (вх. от 20.08.2019 № 4418э) о наличии признаков нарушения ФЗ «О рекламе» при распространении рекламных конструкций без разрешения органов местного самоуправления по адресам г. Мариинск, ул. Ленина, 105, ул. Ленина, 53, ул. Набережная, 151, ул. Котовского, 59г, ул. Рабочая, 3, следующего содержания:

- «Любая «трешка» 199р. Пиво Сибири»;

- «Пиво Сибири «Трёшка» за 199р»;

- «Пиво Сибири Сорт дня по супер цене…»;

- «Пиво Сибири «Трёшка» за 199р».

Из информации, представленной отделом архитектуры и градостроительства Администрации Мариинского муниципального района следует, что в данном случае распространителем рекламных конструкций является ИП <…>.

Пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» установлено, что 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.

Пленум ВАС РФ в пункте 2 постановления от 08.10.2012 № 58 разъяснил, что при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы необходимо учитывать, что размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителей 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.

Информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара (пункт 16 информационного письма от 25.12.1998 № 33 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе»).

Пунктом 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» установлено, что 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.

Реклама с выражениями «Любая «трешка» 199р. Пиво Сибири», «Пиво Сибири Сорт дня по супер цене…», которая размещена на фасаде магазина разливных напитков «Пиво Сибири» в силу делового оборота, вызывает у потребителя ассоциацию о реализации в данном магазине алкогольной продукции - пива, следовательно, можно сделать вывод, что объектом рекламирования является именно алкогольная продукция - пиво.

Согласно части 4 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.

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 нарушение данной правовой нормы по адресам г. Мариинск, ул. Ленина, 105, ул. Ленина, 53, ул. Набережная, 151, ул. Котовского, 59г, ул. Рабочая, 3, размещена реклама алкогольной продукции.

Частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» установлено, что рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О

рекламе».

Рекламораспространителем в данном случае является ИП <…>.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛА:

1.Возбудить производство по делу № 042/05/21-1771/2019 в отношении индивидуального предпринимателя <…> (<…>) по признакам нарушения требований пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

2. Назначить дело № 042/05/21-1771/2019 к рассмотрению на 26 ноября 2019 года на 11 часов 00 минут по адресу: 650000, г. Кемерово, ул. Ноградская, д.5, каб. 309 (регистрация участников дела состоится в 10 часов 50 минут в каб. 316).

3. ИП <…> представить в адрес Кемеровского УФАС России в срок до 25 ноября 2019г. копии следующих документов, заверенных надлежащим образом:

-свидетельства о государственной регистрации индивидуального предпринимателя;

-договора на изготовление и распространение рекламы вышеуказанного содержания (с указанием периода распространения рекламы);

-платежных документов (счетов - фактур, платежных поручений или иных документов), подтверждающих факт оплаты за изготовление и распространение вышеуказанной рекламы.

Дополнительно ИП <…> необходимо представить письменные пояснения по поводу размещения вышеуказанной рекламы, содержащей признаки нарушения пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Явка ИП <…>, либо представителя ИП <…> с доверенностью, оформленной надлежащим образом, для участия в рассмотрении дела, возбужденного по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, обязательна.

При себе иметь данное определение (копию определения).