

резольтивная часть оглашена 22 июня 2010г.
г. Ижевск
изготовлено в полном объеме 05 июля 2010г.

Постоянно действующая Комиссия Удмуртского УФАС России по рассмотрению дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в составе:

председатель Комиссии: <...> – заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Удмуртской Республике; члены Комиссии: <...> – старший государственный инспектор отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции; <...> – ведущий специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции (отсутствует); <...> – специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции; <...> – специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции – кворум соблюден, рассмотрев дело № СЮ 04-03/2010-80Р, возбуждённое в отношении Индивидуального предпринимателя <...>, по факту распространении наружной рекламы пива и сигарет на торговом павильоне, расположенном на торгово-остановочном комплексе «Росгосстрах», с признаками нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в отсутствие ИП <...>, уведомленной надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения дела (почтовое уведомление о вручении от 09.06.2010г. № 42605126125994),

УСТАНОВИЛА:

В ходе установления соответствия наружной рекламы в городе Ижевске Удмуртской Республики требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, специалистами Управления Федеральной антимонопольной службы по Удмуртской Республике 02 апреля 2010 года установлен факт распространения на торговом павильоне, расположенном на торгово-остановочном комплексе «Росгосстрах» (вдоль улицы Пушкинская, по направлению в сторону ул. Холмогорова), рекламы следующего содержания:

- «СИГАРЕТЫ», выполненной в белом цвете, размещённой на внешней витрине торгового павильона (в верхней правой части окна);
- «ПИВО», выполненной в голубом цвете, размещённой на внешней витрине торгового павильона (в верхней правой части окна, под надписью «сигареты»).

В ходе данного мероприятия была осуществлена фото-съёмка рекламы с помощью цифровой фотокамеры Konica Minolta Dimage Z3, по результатам проверки составлен акт б/н от 02.04.2010г.

Торговую деятельность по продаже пива и сигарет в торговом павильоне, расположенном на торгово-остановочном комплексе «Росгосстрах» (вдоль улицы Пушкинская, по направлению в сторону ул. Холмогорова), осуществляет индивидуальный предприниматель <...> (ОГРН 304183119600014, ИНН 183400526887).

По факту распространения вышеуказанной рекламы Удмуртским УФАС России в отношении ИП <...> было возбуждено производство по делу № СЮ 04-03/2010-80Р по признакам нарушения ч.3 ст.22, п.4) ч.2 ст.23 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе». Рассмотрение дела № СЮ04-03/2010-80Р назначено на 25 мая 2010 года в 15 часов 00 мин.

Определение о возбуждении дела № СЮ 04-03/2010-80Р от 30 апреля 2010 года было направлено лицу, участвующему в деле, письмом от 30.04.2010г. исх. № СЮ 01-17-04/3050. 25.05.2010г. на заседании Комиссии было установлено, что отсутствуют доказательства надлежащего извещения ИП <...> о дате, времени и месте рассмотрения дела № СЮ 04-03/2010-80Р. Исходя из изложенного, на основании абз.5 п.34 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006г. № 508, рассмотрение дела было отложено на 22 июня 2010 года в 09-30 часов.

Во исполнение определения об отложении рассмотрения дела № СЮ 04-03/2010-80Р ИП <...> представила копии следующих документов: свидетельство о внесении записи в Единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей серия <...> свидетельство о постановке на учет в налоговом органе серия <...> договор купли-продажи торгового киоска № 8139 от 24.12.2009г.; акт приема-передачи по договору купли-продажи № 8139 от 24.12.2009г.; Распоряжение Администрации Октябрьского района г. Ижевска от 09.06.2010г. № 875 «О внесении изменений в распоряжение Главы администрации Октябрьского района города Ижевска от 10.03.2006г. № 220 (в редакции распоряжения Главы администрации Октябрьского района города Ижевска от 20.07.2009г. № 987) и продлении аренды земельного участка, предоставленного для эксплуатации и обслуживания остановочно-торгового комплекса (ОТК)»; паспорт малых архитектурных форм № 143-02 на торговый павильон (местоположение: ул. Пушкинская, д.286).

Из письменных пояснений ИП <...> следует, что пункт 5 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» указывает, что действие данного закона не распространяется на вывески и указания, не содержащие сведений рекламного характера. Рекламой, в соответствии с указанным Законом, признается 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. При этом подразумевается, что реклама должна формировать или поддерживать интерес к этим физическому, юридическому лицу, товарам, идеям и начинаниям, и способствовать реализации товаров, идей и начинаний. По мнению ответчика, сообщения «ПИВО», «СИГАРЕТЫ» никому не адресованы и не содержат информации, которая может быть адресована потребителям. Любая реклама, содержащая адресацию к потребителям, должна иметь в своем содержании некий явный посыл, направленный на потребителя и побуждающий его совершать нужные рекламодателю действия («Покупайте пиво» или «Пиво по 19-90 за пол-литра»), либо хотя бы указание на какую-то конкретную марку пива и сигарет, дабы поддерживать интерес к торговой марке. Данные сообщения никакого посыла не содержат и потребителям не адресуются; это надписи, указывающие на то, какой товар находится в витрине и ассортиментом перечне торговой точки. Кроме того, сообщения «ПИВО», «СИГАРЕТЫ» не содержат никаких упоминаний о функциональных характеристиках товара, его цене, привлекательности по сравнению с другими продуктами, пользе или выгоде от их употребления, сравнении с товарами конкурирующих производителей. В данном случае объекта рекламирования не определен; сообщения «ПИВО» и «СИГАРЕТЫ» не содержат указания на то, какие конкретно сигареты и пиво является предметом рекламирования. Исходя из изложенного, ИП <...> полагает, что сообщения «ПИВО»

и «СИГАРЕТЫ», расположенные на торговом павильоне, принадлежащем предпринимателю, носят информационный, а не рекламный характер и не подлежат регулированию ФЗ «О рекламе». Относительно размещения на витрине сообщения «СИГАРЕТЫ» и запрета п.4) ч.2 ст.23 ФЗ «О рекламе» рекламы табака, табачных изделий и курительных принадлежностей с использованием технических средств стабильного территориального размещения, ИП <...> поясняет, что внутренняя часть стены торгово-остановочного комплекса, на которой содержится надпись «СИГАРЕТЫ», не может считаться рекламной конструкцией в том смысле, какой в нее вкладывает ст.19 ФЗ «О рекламе», дающая определение технических средств стабильного территориального размещения. Согласно п.2 ст.19 ФЗ указанного Закона рекламная конструкция должна использоваться исключительно в целях распространения рекламы, социальной рекламы». В тоже время, стена торгово-остановочного комплекса используется, прежде всего, как неотъемлемая часть самого комплекса, находящегося в торгово-остановочного комплексе имущества. При строительстве и использовании, как самого торгово-остановочного комплекса в целом, так и его стены, на которой размещена надпись «СИГАРЕТЫ», использование их в рекламных целях не предусматривалось и не предусматривается. В заключении ИП <...> пояснила, что торгово-остановочного комплекс был приобретен в январе 2010 года, данные надписи в зимнее время закрыты рольставнями и при приобретении торгово-остановочного комплекса ИП <...> не знала об их наличии.

На заседании Комиссии, состоявшемся 22.06.2010г. ИП <...>, уведомленная надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения дела, не явилась.

Изучив материалы дела и письменные пояснения лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Удмуртского УФАС России приходит к следующим выводам. Согласно п.1) ст.3 ФЗ «О рекламе» реклама представляет собой информацию, распространяемую любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, направленную на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему, а также его продвижению на рынке.

В соответствии со ст.3 Федерального закона «О рекламе» под объектом рекламирования понимается товар, средство индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама. Исходя из содержания («ПИВО» и «СИГАРЕТЫ»), визуального восприятия информации (крупные, красочно-оформленные буквы), её месторасположения (размещение во внешней витрине торгового павильона), данная информация привлекает внимание к объекту рекламирования (пиву и сигаретам), реализуемому в торговой точке, способствует его продвижению на рынке, следовательно, является рекламой данной продукции.

Довод ИП <...> о том, что информация «ПИВО» и «СИГАРЕТЫ» представляет собой вывеску, не содержащую сведений рекламного характера, является необоснованным. Главное, что отличает рекламу от других видов информации, состоит в целях доведения этой информации до потребителей. Реклама преследует цель вызвать интерес у всех возможных покупателей. Отличает рекламу от иной информации также форма и средства ее доведения до потребителей.

Вывеска (информационная конструкция), в понятии ч.1 ст.9 Закона РФ «О защите

прав потребителей» и пункта 3.3.1. Правил регулирования отношений, возникающих в области размещения объектов наружной рекламы и информации в городе Ижевске (от 22.12.2006г. № 219), служит целям идентификации юридических лиц, индивидуализирует их как участников гражданского оборота и субъектов публично-правовых отношений, информирует о юридическом лице, месте его нахождения, режиме работы.

Целью вывески не должно быть формирование или поддержание интереса к ее обладателю, его товарам и способствование реализации этих товаров.

Информация «ПИВО» и «СИГАРЕТЫ» не является обязательной информацией для потребителей, которая должна доводиться посредством вывески, так как не содержит сведений о продавце товара, месте его нахождения, режиме работы. Целевое назначение данной информации - формирование у неопределённого круга лиц интереса к товару (пиву и сигаретам) и способствование реализации этого товара. Таким образом, конструкции с содержанием «ПИВО» и «СИГАРЕТЫ», являются наружной рекламой пива и сигарет.

Согласно договору купли-продажи торгового киоска от 24.12.2009г. № 8139 собственником торгового комплекса по ул. Пушкинская (напротив дома № 286), является ИП <...>, что подтверждается паспортом на установку малых архитектурных форм № 143-02, выданным Главным Управлением архитектуры и градостроительства г. Ижевска 20.02.2002г.

Таким образом, ИП <...> является рекламораспространителем рекламы «ПИВО» и «СИГАРЕТЫ», как лицо, осуществляющее непосредственное распространение рекламы с помощью средства стабильного территориального размещения – торгового павильона, находящегося в его владении и пользовании.

Согласно части 3 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде чрезмерного потребления пива и напитков, изготавливаемых на его основе в размере не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

В рекламе «ПИВО», выполненной в голубом цвете, размещённой на внешней витрине торгового павильона (в верхней правой части окна, под надписью «сигареты»), предупреждение о вреде чрезмерного потребления пива отсутствует, что является нарушением части 3 статьи 22 ФЗ «О рекламе».

Согласно ч.7 ст.38 ФЗ «О рекламе» рекламораспространитель несёт ответственность за нарушение требований, установленных частями 2-4 статьи 22 Федерального закона «О рекламе».

Следовательно, ИП <...>, разместив указанную рекламу пива на торговом павильоне, расположенном на торгово-остановочном комплексе «Росгосстрах», без предупреждения о вреде чрезмерного потребления пива и напитков, изготавливаемых на его основе, нарушил часть 3 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

В соответствии с п.4) ч.2 ст.23 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» реклама табака, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок и других подобных товаров, не должна размещаться с использованием средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

Распространение рекламы «СИГАРЕТЫ» с помощью рекламной конструкции, размещённой на внешней витрине торгового павильона (в верхней правой части окна), является нарушением требований п.4) ч.2 ст.23 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с ч.7 ст.38 ФЗ «О рекламе» рекламораспространитель несёт ответственность за нарушение требований, установленных частями 2-4 статьи 23 Федерального закона «О рекламе».

Таким образом, ИП <...>, разместив рекламу сигарет с помощью рекламной конструкции стабильного территориального размещения - торгового павильона, расположенного на торгово-остановочном комплексе «Росгосстрах», нарушил п.4) ч.2 ст.23 ФЗ «О рекламе».

Принимая во внимание то обстоятельство, что до рассмотрения дела доказательства устранения нарушения законодательства РФ о рекламе со стороны ИП <...> представлены не были, Комиссия Удмуртского УФАС России считает необходимым выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе, в соответствии с пп.44. 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства о рекламе, утверждённых Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006г. № 508.

Руководствуясь ч. 1 ст. 36 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе», и в соответствии с п. 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утверждённых Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006г. № 508, п.п. 3.55, 3.55.1, 3.55.2, 3.55.3, 3.55.4, 3.55.5, 3.55.6, 3.56, 3.56.1 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утверждённого Приказом ФАС России от 28.12.2007г. № 453, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу «СИГАРЕТЫ», выполненную в белом цвете, размещённую на внешней витрине торгового павильона (в верхней правой части окна), ненадлежащей, поскольку при её распространении нарушены требования пункта 4) части 2 статьи 23 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Признать рекламу «ПИВО», выполненную в голубом цвете, размещённую на внешней витрине торгового павильона (в верхней правой части окна, под надписью «сигареты»), ненадлежащей, поскольку при её распространении нарушены требования части 3 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

3. Признать индивидуального предпринимателя <...> рекламораспространителем, нарушившим ч.3 ст.22, п.4) ч.2 ст.23 Федерального закона «О рекламе».

4. Выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

5. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Удмуртского

УФАС России для возбуждения в отношении индивидуального предпринимателя ИП <...> производства по делу об административном правонарушении, предусмотренному статьёй 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд Удмуртской Республики в течение трех месяцев с момента вынесения решения.

Председатель Комиссии

Члены Комиссии