

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 3-01/12-2015

24 апреля 2015 года

г. Пенза, ул. Урицкого, 127

Резолютивная часть решения объявлена 20 апреля 2015 года.

Комиссия Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии:

<...>,

рассмотрев дело № 3-01/12-2015 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбужденное в отношении муниципального автономного учреждения «Центральный парк культуры и отдыха им. В.Г. Белинского» (г. Пенза, ул. К.Маркса, 1; ИНН 5836011886; далее – МАУ «ЦПК и О В.Г. Белинского») по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

в присутствии:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – директора МАУ «ЦПК и О В.Г. Белинского» <...>, <...> по доверенности от 16.01.2015

в отсутствие заявителя – <...>, извещена о месте и времени рассмотрения дела надлежащим образом,

в отсутствие заинтересованного лица – открытого акционерного общества «Агропромышленная фирма «Фанагория» (ИНН 2352002170, далее - ОАО АПФ «Фанагория»), извещено о месте и времени рассмотрения дела надлежащим образом

УСТАНОВИЛА:

В Пензенское УФАС России 04.03.2015 поступило заявление гражданина по поводу распространения в г. Пензе в марте 2015 года на ограждении парка культуры и отдыха им. Белинского рекламы (баннерное полотно) алкогольной продукции, а именно бренда «Фанагория», с нарушением законодательства о рекламе.

Пензенским УФАС России определением от 20.03.2015 по факту распространения рекламы алкогольной продукции, размещенной на ограждении парка культуры и отдыха им. Белинского, возбуждено дело № 3-01/12-2015 по признакам нарушения пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе». К участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечено МАУ «ЦПК и О В.Г. Белинского».

В письменных пояснениях МАУ «ЦПК и О В.Г. Белинского» (от 14.04.2015 вх. № 1453), а также на рассмотрении дела 20.04.2015 представителем МАУ «ЦПК и О В.Г. Белинского» пояснено, что в период проведения народного фольклорного праздника «Широкая масленица», на ограждении парка со стороны ул.

Лермонтова был размещен баннер «Фанагория. Положение обязывает». МАУ «ЦПК и О В.Г. Белинского» не преследовало целей рекламы алкогольных напитков, так как полагало, что информация, содержащаяся на нем, не является рекламой алкогольной продукции. Баннер был размещен на непродолжительное время – на период проведения мероприятия. МАУ «ЦПК и О В.Г. Белинского» не имело целью извлечения прибыли, так как баннер был размещен безвозмездно, при этом договоры и какие-либо иные соглашения с компанией «Фанагория» не заключались.

На рассмотрении дела представитель МАУ «ЦПК и О В.Г. Белинского» факт нарушения законодательства о рекламе признал.

В письменных пояснениях ОАО «АПК «Фанагория» (от 09.04.2015 вх. № 1366) указало, что изготовление рекламного баннера с изображением товарного знака «Фанагория», размещенного в марте 2015 года на ограждении парка культуры и отдыха им. Белинского В.Г. в г. Пензе, ими не осуществлялось. Договорных отношений ОАО «АПК «Фанагория» с МАУ «ЦПК и О В.Г. Белинского» на размещение данного баннера, не имеет.

Изучив представленные документы, заслушав пояснения лиц, участвующих в рассмотрении дела, Комиссия пришла к следующему выводу.

Информация на баннере, размещенная в г. Пензе на ограждении парка культуры и отдыха им. В.Г. Белинского по адресу: г. Пенза, ул. К. Маркса, 1 в марте 2015 года имеет следующее содержание: на белом фоне расположено словесное обозначение «Фанагория положение обязывает», выполненное черным шрифтом, а также герб в виде коронованного щита с фигурами по бокам и надписью «FANAGORIA».

В соответствии со статьёй 3 ФЗ «О рекламе» рекламой является информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. При этом под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Иными словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять следующим условиям, а именно:

- предназначаться для неопределенного круга лиц;
- привлекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;
- способствовать продвижению объекта рекламирования (товара) на рынке.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правонарушения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

Признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к

объекту для продвижения его на рынке и закрепить его образ в памяти потребителя.

Рассматриваемая информация по своему содержанию и целевой направленности является рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования, формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

В соответствии с частью 1 статьи 19 ФЗ «О рекламе», под наружной рекламой понимается распространение рекламы с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее – рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

Крупномасштабный баннер, расположенный на ограждении парка культуры и отдыха им. В.Г. Белинского, на котором размещена реклама, является рекламной конструкцией и имеет значительную площадь изображения.

В рекламе содержится фраза «Фанагория положение обязывает» (с изображением герба в виде коронованного щита с фигурами по бокам и надписью «FANAGORIA»).

ОАО «АПК «Фанагория» является производителем алкогольной продукции. Основным видом деятельности ОАО «АПК «Фанагория» является производство виноградного вина.

Довод МАУ «ЦПК и О В.Г. Белинского» о том, что кроме алкогольной продукции ОАО «АПК «Фанагория» осуществляет и производство сувенирной продукции, не имеет какого-либо существенного значения для рассмотрения дела.

Согласно пункту 7 статьи 2 Федерального закона «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» под алкогольной продукцией понимается 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 процентов 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), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки.

Общероссийским классификатором продукции ОК 005-93 как вино, так и фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки отнесены к продукции винодельческой промышленности.

В ходе рассмотрения дела установлено, что в соответствии со свидетельством на товарный знак (знак обслуживания) № 200461, владельцем товарного знака «Фанагория» является ОАО «АПК «Фанагория».

В рассматриваемой рекламе используется товарный знак ОАО «АПК «Фанагория».

Кроме того, в материалах дела имеются копии этикеток выпускаемой ОАО «АПК «Фанагория» алкогольной продукции - «100 оттенков белого», «Лоза фанагории», «Черный лекарь» и т.д.

На этикетках выпускаемой ОАО «АПК «Фанагория» алкогольной продукции указана фраза: «Фанагория положение обязывает» (с изображением герба в виде коронованного щита с фигурами по бокам и надписью «FANAGORIA»), дословно воспроизводимая в рассматриваемой рекламе.

Пленум ВАС РФ в пункте 2 Постановления от 08.10.2012 г. № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указал, что 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).

В соответствии с пунктом 5 части 2 статьи 21 Федерального 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 частью 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов.

Часть 4 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» закрепляет, что 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.

Однако, в нарушение пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции, размещенная на баннере, распространяется за пределами торговой точки, а именно путем распространения на ограждении парка культуры и отдыха им. В.Г. Белинского.

Надпись: «Фанагория положение обязывает» (с изображением герба в виде коронованного щита с фигурами по бокам и надписью «FANAGORIA» ассоциируется с алкогольной продукцией компании «ФАНАГОРИЯ» и формирует у потребителей рекламы именно интерес к вину, алкогольной продукции.

Кроме того, воспроизведенная в рассматриваемой рекламе информация,

размещенная на ограждении парка культуры и отдыха им. В.Г. Белинского, т.е. представленная значительной частью населения города Пензы, очевидно ассоциируется у потребителя, в силу закона, относящегося к взрослой возрастной категории, с алкогольной продукцией, по своему содержанию привлекает интерес к осуществляемой компанией «Фанагория» деятельности, связанной с производством и реализацией алкогольной продукции. Данная информация направлена на привлечение внимания и поддержание интереса к алкогольной продукции и ее продавцу. Следовательно, такая информация является рекламой алкогольной продукции, а поэтому должна соответствовать специальным требованиям и ограничениям, установленным статьей 21 ФЗ «О рекламе».

Таким образом, учитывая вышеизложенные обстоятельства, реклама алкогольной продукции, распространяемая на ограждении парка культуры и отдыха им. В.Г. Белинского нарушает требования пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Согласно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частями 2-5 статьи 21 настоящего закона несет рекламодатель.

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

Рекламодателем является МАУ «ЦПК и О В.Г. Белинского».

Учитывая вышеизложенное, и, основываясь на фактических обстоятельствах дела, Комиссия пришла к выводу, что МАУ «ЦПК и О В.Г. Белинского» нарушило требования пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Согласно статье 1 Закона о рекламе, целями данного закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

В соответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ 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.

Статьей 33 Закона о рекламе предусмотрены полномочия антимонопольного органа на осуществление государственного надзора в сфере рекламы, в частности, выдавать рекламодателям, рекламодателям, рекламопроизводителям обязательные для исполнения предписания о

прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На момент рассмотрения дела Комиссии Пензенского УФАС России доказательств устранения нарушения требований пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 «О рекламе» МАУ «ЦПК и О В.Г. Белинского» представлено не было.

В связи с чем, Комиссия Пензенского УФАС России считает целесообразным выдачу рекламораспространителю предписания о прекращении нарушения требований рекламного законодательства.

В силу части 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу «Фанагория положение обязывает» (с изображением герба в виде коронованного щита с фигурами по бокам и надписью «FANAGORIA»), распространяемую в г. Пензе в марте 2015 на ограждении парка культуры и отдыха им. В.Г. Белинского, поскольку при ее распространении нарушены требования пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать МАУ «ЦПК и О В.Г. Белинского» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

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

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Решение изготовлено в полном объеме 24 апреля 2015 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.