ФЕДЕРАЛЬНАЯ

АНТИМОНОПОЛЬНАЯ
СЛУЖБА

УПРАВЛЕНИЕ

Федеральной антимонопольной службы

по Псковской области

ул. Кузнецкая, 13, г. Псков, 180017

тел. (8112) 66-55-53, факс (8112) 66-55-53

e-mail: to60@fas.gov.ru

_____№ _____

На № _____ от _____

Лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

ИП Д

_____

РЕШЕНИЕ

Резолютивная часть решения оглашена 28 июня 2018 года г. Псков

В полном объёме решение изготовлено 05 июля 2018 года

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

Председатель Комиссии:

заместитель руководителя - начальник отдела товарных рынков и естественных монополий Псковского УФАС России.

Члены Комиссии:

– начальник отдела контроля закупок, антимонопольного контроля органов власти и рекламы Псковского УФАС России;

ведущий специалист-эксперт отдела контроля закупок, антимонопольного контроля органов власти и рекламы Псковского УФАС России,

рассмотрев материалы дела № 05/21/18Р, возбужденного в отношении ИП, по признакам нарушения пункта 5 части 2, части 2.1, части 3 статьи 21Федерального закона № 38–ФЗ от 13.03.2006 года «О рекламе»

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства РФ о рекламе был установлен факт размещения рекламных конструкций, на фасаде жилого многоквартирного дома по адресу:, г. Псков.

Согласно Акту осмотра на трех рекламных конструкциях, расположенных на фасаде жилого многоквартирного дома по адресу:, г. Псков, содержится следующая информация:

«Магазин разливного пива Разливной» - далее рекламная конструкция №1;

«широкий ассортимент алкоголя по низким ценам» - далее рекламная конструкция №2;

«Лучшие сорта российских пивоварен, квас, снеки, рыба» - далее рекламная

конструкция №3.

Как установлено актом осмотра от 22.03.2018 г., информация, размещенная на рекламных конструкциях, расположенных, на фасаде жилого многоквартирного дома по адресу по адресу:, г. Псков, содержит изображение шести бутылок с алкогольной продукцией с наименованиями: «Scotch», «Tequila», «Whiskey», «Vodka», «Cognac», «Bourbon» и не содержат предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции, предусмотренного пунктом 5 части 2, части 2.1, части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Лицом, осуществляющим деятельность по данному адресу является ИП .

Определением № 977/АК от 29.03.2018 года Псковским УФАС России возбуждено дело № 05/21/18Р по признакам нарушения законодательства о рекламе.

Комиссия, изучив имеющиеся материалы дела № 05/21/18Р, пришла к следующим выводам:

Согласно части 4 статьи 19 Закона о рекламе в случае, если для установки и эксплуатации рекламной конструкции предполагается использовать общее имущество собственников помещений в многоквартирном доме, заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции возможно только при наличии согласия собственников помещений в многоквартирном доме.

В силу пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (Далее - 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 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде её чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Согласно статье 3 закона «О рекламе», реклама - это 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.

Вышеназванная информация размещенная на рекламных конструкциях №1, №2, №3 является рекламой, так как содержит признаки рекламы,

установленные п. 1 ст.3 Федерального Закона о рекламе:

1 . Объект рекламирования - 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 (п. 2 ст. 3 ФЗ «О рекламе»);

Объектом рекламирования на рекламных конструкции № 1,2,3 является пиво а так же алкогольная продукция «Scotch», «Tequila», «Whiskey», «Vodka», «Cognac», «Bourbon».

2. Информация, адресована неопределенному кругу лиц, поскольку расположена на фасаде многоквартирного дома по адресу: г. Псков.

3. Информация направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – алкогольной продукции реализуемой ИП, формирование и поддержание интереса к ней, продвижение ее на рынке.

Следовательно, информация на рекламной конструкции содержит квалифицирующие признаки рекламы, имеющей целью привлечение внимания неопределенного круга лиц к товару, а именно – алкогольной продукции.

Розничной продажей ПИВА, КВАСА, ДРУГИХ СЛАБОАЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ в помещении по адресу г. Псков, занимается ИП .

ИП 14.06.2016г. заключил договор № 35/16 с ООО «Б», на изготовление рекламных конструкций № 1, № 2, № 3., от изготовителя они были переданы ИП по накладной № 147 от 16.06.2016г.

В ходе заседания 28.04.2018 г. представитель ИП по доверенности от 27.04.2018 г. пояснил, что в настоящее время рекламные конструкции №1 и №2 демонтированы.

Оценивая содержание рекламных конструкций, Комиссией принято во внимание, что пунктом 2 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» от 08.10.2012 № 58 разъяснено, что при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы судам необходимо учитывать, 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 данном случае для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре.

Рассматриваемая реклама является рекламой алкогольной продукции в

соответствии с Федеральным законом 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», согласно которому, пиво - алкогольная продукция с содержанием этилового спирта, образовавшегося в процессе брожения пивного сусла, которая произведена из пивоваренного солода, хмеля и (или) полученных в результате переработки хмеля продуктов (хмелепродуктов), воды с использованием пивных дрожжей, без добавления этилового спирта, ароматических и вкусовых добавок.

Согласно части 3 статьи 21 Закона «О рекламе», реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде её чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства), а реклама размещенная на фасаде многоквартирного дома по адресу: г. Псков не содержит такого предупреждения.

На основании изложенного, Комиссией установлен факт размещения рекламы алкогольной продукции без указания предупреждения о вреде её чрезмерного потребления на рекламных конструкциях №1, №2 и №3.

Выше указанная информация, размещена с использованием технических средств стабильного территориального размещения на фасаде жилого многоквартирного дома, то есть на конструктивных элементах здания, что является нарушением требований пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

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

Ответственность за нарушение требований, установленных за нарушение пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе несёт рекламораспространитель, за нарушение части 3 статьи 21 Закона о рекламе несёт рекламодатель (части 6,7 статьи 38 Закона о рекламе).

В соответствии с п.5 и п.7 ст.3 Закона рекламодателем и рекламораспространителем вышеуказанной рекламы является ИП, как лицо, определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо осуществляющее распространение данной рекламы.

Собранные по делу доказательства и установленные обстоятельства свидетельствуют о том, что нарушение законодательства о рекламе в данном случае содержится в действиях лица, осуществившего распространение рекламы - ИП

На основании вышеизложенного, руководствуясь ч.2 п.1 ст. 33, ч. 1 ст.36 Закона о рекламе и в соответствии с пп. 37-42 Правил рассмотрения

антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространенную ИП (ИНН: на фасаде жилого многоквартирного дома по адресу: ул. Юбилейная, д. 89, г. Псков на рекламных конструкциях №1, №2, №3 с использованием технических средств стабильного территориального размещения, без указания предупреждения о вреде её чрезмерного потребления, поскольку она размещена с нарушениями части 3 статьи 21, пункта 5 части 2 статьи 21, Федерального закона от 13.03.2006 года № 38 «О рекламе».

2. Выдать ИП предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Псковского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административном правонарушении.

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

Председатель Комиссии _____

Члены Комиссии: _____

_____