

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

об отказе в возбуждении дела об административном правонарушении

«28» июня 2024г.

г. Новосибирск

<...>Управления Федеральной антимонопольной службы по Новосибирской области <...>, рассмотрев материалы заявления физического лица – <...> (вх. № 9904-ЭП/24 от 29.05.24) по факту размещения рекламы пива, для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении по ч.1 ст. 14.3 Кодекса об административных правонарушениях Российской Федерации (далее – КоАП РФ),

УСТАНОВИЛ:

В адрес Новосибирского УФАС России поступило заявление физического лица – <...> (вх. № 9904-ЭП/24 от 29.05.24) по факту размещения рекламы пива.

Как указывается в заявлении, по адресу: пр. Дзержинского, 38, на окне размещается реклама пива в нарушение законодательства.

К заявлениям приложено фотоизображение с информацией следующего содержания.

Над окном вывеска с изображением кружки и информацией «ПивоПей». На окне, на верхней части стекла, наклейка с изображением рыбы. На основной части стекла следующая информация: «Спецпредложение выходного дня пт-вс скидка на пиво* Рыбный Четверг! Скидка на всю рыбу Скидка 15 % *Правила проведения акции и товары, участвующие в акциях уточняйте у продавцов».

По результатам рассмотрения заявления, Новосибирским УФАС России установлено следующее.

Согласно ч. 1 ст. 33 Федерального закона № 38-ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г., антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе; возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с п.1 ст.3 Закона «О рекламе», 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.

В соответствии с пунктами 2 и 5 части 2 статьи 2 Федерального закона "О рекламе" данный Закон не распространяется на информацию, раскрытие или

распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом, а также на вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера

Информация, не содержащая указания на объект рекламирования, в том числе наименования организации, названий товаров (работ, услуг), средств индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий, которые позволяют выделить конкретное лицо или конкретный товар среди множества однородных, не направленная на их продвижение на рынке и не формирующая интереса к ним, не является рекламой, поскольку такая информация не содержит объекта рекламирования.

Также не является рекламой размещение наименования (коммерческого обозначения) организации в месте ее нахождения, а также иной информации для потребителей непосредственно в месте реализации товара, оказания услуг (например, информации о режиме работы, реализуемом товаре), поскольку размещение такой информации в указанном месте не преследует целей, связанных с рекламой.

Кроме того, согласно пункту 18 Информационного письма Президиума ВАС РФ от 25.12.1998 N 37 "Обзор Практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе", сведения, распространение которых по форме и содержанию является для юридического лица обязательным на основании закона или обычая делового оборота, не относятся к рекламной информации независимо от манеры их исполнения на соответствующей вывеске.

Реклама товара всегда представляет собой информацию о конкретном товаре, который можно индивидуализировать внутри группы однородных товаров.

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.

Размещение слов и выражений, представляющих обобщенное наименование группы товаров, в месте осуществления производства или реализации таких товаров может рассматриваться как обозначение вида деятельности, осуществляемого в данном месте, что соответствует обычаям делового оборота. Соответственно, оснований признавать такие обозначения рекламой Новосибирское УФАС России не усматривает.

Согласно сведениям из открытых источников (справочник «2ГИС»), по указанному адресу располагается магазин «ПивоПей». Таким образом, информация, размещенная над окном, следующего содержания: «ПивоПей» не является рекламой, а представляет собой вывеску. Такая информация не может рассматриваться в качестве рекламы, независимо от манеры ее исполнения, в том числе в случае размещения такой информации на конструкциях, представляющих собой электронное табло, с «бегущей строкой» или подсветкой. Следовательно, действие Закона «О рекламе» на данную информацию не распространяется.

Информация, размещенная на окне, не содержит сведений о каком-либо

конкретном товаре, что позволило бы выделить его среди ряда однородных товаров и сформировать к нему интерес. Данная информация представляет собой рекламу предлагаемых магазином услуг и акций (скидок), проходящих в определенные дни. Таким образом, данная реклама не содержит сведений о какой-либо алкогольной продукции.

Таким образом, признаки нарушения законодательства о рекламе в данном случае не усматриваются.

Исходя из изложенного, в связи с отсутствием признаков нарушения законодательства о рекламе, событие административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях, отсутствует.

На основании изложенного, руководствуясь ч.5 ст. 28.1, п.1 ч.1 ст. 24.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ОПРЕДЕЛИЛ:

Отказать в возбуждении дела об административном правонарушении в отношении магазина «ПивоПей» по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в связи с отсутствием достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения.