

РЕШЕНИЕ

по делу №03-21/62-2016

о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«01» декабря 2016 года

г. Йошкар-Ола

Резолютивная часть решения объявлена: «30» ноября 2016 года

Полный текст решения изготовлен: «01» декабря 2016 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии –

член Комиссии – специалист-

член Комиссии –

рассмотрев дело, возбужденное по признакам нарушения пункта 3 части 3 статьи 5, части 9 статьи 19, пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», в присутствии ИП С., паспорт <...> представителя Б., паспорт <...> доверенность,

УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл в ходе мониторинга наружной рекламы на территории города Йошкар-Олы обнаружена информация, размещенная на внешней стене здания, расположенного по адресу: ул. Красноармейская, д. 90-б, следующего содержания:



По результатам мониторинга антимонопольным органом возбуждено дело №03-21/62-2016 по факту распространения рекламы, содержащей признаки нарушения пункта 3 части 3 статьи 5, части 9 статьи 19, пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Закона о рекламе.

На заседании Комиссии ИП С. пояснил, что спорная реклама размещалась в целях привлечения внимания потребителей к открывшемуся магазину «Хмелефф». Размещение вывесок «Хмелефф» и «Магазин разливных напитков» на фасаде здания, расположенного по адресу: ул. Красноармейская, д. 90-б, г. Йошкар-Ола, было согласовано уполномоченным органом.

Спорная реклама была изготовлена и размещена ИП С. Поскольку рекламная информация размещалась впервые, предпринимателем не были учтены требования законодательства о рекламе, что привело к размещению ненадлежащей рекламы.

ИП С. также указал, что в рамках акции «пиво 1 литр 70 рублей» реализовывалось пиво «Баварское» (4,5% алк.), в рамках акции «3+1» – пиво «Вятич» нефiltroванное (4,5% алк.), что также подтверждается письменными пояснениями от 28.11.2016 исх. №б/н.

Рассмотрев материалы дела №03-21/62-2016 о нарушении законодательства о рекламе и выслушав позицию лица, участвующего в деле, Комиссия Марийского УФАС России признает рассматриваемую рекламу ненадлежащей по следующим основаниям.

Согласно статье 3 Закона о рекламе под рекламой понимается 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. Объектом рекламирования является товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара. Независимо от формы или используемого средства распространения реклама должна быть распознаваема без специальных знаний или без применения технических средств непосредственно в момент ее представления именно как рекламы. Тем самым признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, формировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в

памяти потребителя.

Спорная информация по своему содержанию и целевой направленности является рекламой, так как распространена при помощи рекламных конструкций, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования – магазину разливных напитков «Хмелефф», реализацию товаров и оказание услуг в котором осуществляет индивидуальный предприниматель С., разливным напиткам, пиву и другим сопутствующим им товарам, к акциям «2+1», «3+1» и «только у нас пиво 70 р. за 1 литр», формирование или поддержание интереса к ним и их продвижению на рынке.

Информация на рекламных конструкциях обращает внимание и поддерживает интерес к торговому объекту - магазину и реализуемому в нем товару, в том числе, алкогольной продукции - пиву. Изображение кружек с характерной пивной пеной сверху, веток хмеля при совместном размещении с конструкцией с надписью: «Акция! Только у нас пиво 70 р. за 1 литр», ассоциируется у потребителей именно с пивом, а не любым разливным напитком, что и индивидуализирует пиво внутри группы однородных товаров - алкогольной продукции.

В соответствии с 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» 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. 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.

Согласно пункту 2 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» 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).

Более того, в указанном магазине реализуются различные марки (виды) пива, в том числе: «Пенное пшеничное» г. Чебоксары (5,0% алк.), «Крюгер» бархатное (4,1% алк.), «Пятницкое» нефильтованное (4,5% алк.), «Жигулевское» (4,5% алк.), «Вятич» нефильтованное (4,5% алк.), «Старый Георг» (4,5% алк.), «Наше свежее» (4,5% алк.), «Немецкое» нефильтованное (4,0% алк.), «Бархатное» темное (3,7% алк.), «Баварское» (4,5% алк.), «Немецкое» светлое (4,0% алк.), «Чешское» (4,0% алк.) (письмо ИП С. от 28.11.2016 исх. №б/н).

Следовательно, спорная реклама «Хмелефф более 40 сортов разливных напитков Разливной лимонад Вяленная рыба Снеки, вяленная икра, Орешки, сухарики Акция 2+1 При покупке 2 литров третий в подарок *подробности акции спрашивайте у продавцов-консультантов с изображением трех кружек с характерной пивной

пенной сверху, веток хмеля», «Разливные напитки также с изображением двух кружек с характерной пивной пеной сверху, веток хмеля», «Акция! только у нас пиво 70 р. за 1 литр» размещенная на фасаде здания магазина «Хмелефф» (ул. Красноармейская, д. 90 Б, г. Йошкар-Ола), является в том числе рекламой алкогольной продукции (пива).

В силу части 4 статьи 3 Закона о рекламе под ненадлежащей рекламой понимается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются (часть 1 статьи 5 Закона о рекламе).

В соответствии с пунктом 3 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об ассортименте и о комплектации товаров, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного срока.

Из смысла данной нормы закона следует, что не соответствующая действительности информация в рекламе может относиться к наличию товара (услуги) на рынке, возможности его приобретения в указанный период времени и в определенном месте.

При этом информация о рекламируемых товарах и рекламодателях обеспечивает свободу потребительского выбора и реализации потребителями прав, предусмотренных законодательством о защите прав потребителей, побуждает совершать определенные действия в отношении объекта рекламирования.

В рассматриваемой рекламе содержится фраза «Акция! только у нас пиво 70 р за 1 литр», что вводит потребителей в заблуждение относительно возможности приобретения пива по цене 70 р за 1 л только в магазине разливных напитков «Хмелефф», что не соответствует действительности. Так, например, в сети магазинов «Пивоман» (ИП К.) пиво Афанасий «Доброе светлое» 1 литр стоит также 70 рублей.

Следовательно, спорная реклама нарушает пункт 3 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 1 статьи 19 Закона о рекламе распространение наружной рекламы с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, проекционного и иного предназначенного для проекции рекламы на любые поверхности оборудования, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее - рекламные конструкции), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта осуществляется владельцем рекламной конструкции, являющимся рекламораспространителем, с соблюдением требований указанной статьи. Владелец рекламной конструкции (физическое или юридическое лицо) - собственник рекламной конструкции либо иное лицо, обладающее вещным правом на рекламную конструкцию или правом владения и пользования

рекламной конструкцией на основании договора с ее собственником.

Согласно части 9 статьи 19 Закона о рекламе установка и эксплуатация рекламной конструкции допускаются при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее также - разрешение), выдаваемого на основании заявления собственника или иного указанного в [частях 5, 6, 7](#) указанной статьи законного владельца соответствующего недвижимого имущества либо владельца рекламной конструкции органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа, на территориях которых предполагается осуществлять установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Администрация городского округа «Город Йошкар-Ола» в письме от 01.11.2016 исх. №028-29/01-1740-16 (вх. №13231 от 02.11.2016) указала, что владельцем вывески магазина разливных напитков «Хмелефф» и, соответственно, рекламных конструкций «Банерное панно» на фасаде здания по адресу: РМЭ, г. Йошкар-Ола, ул. Красноармейская, д. 90 б, является ИП С. Разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций «Банерное панно» со сменной рекламой разливных напитков администрацией городского округа «Город Йошкар-Ола» ИП С. не выдавались, заявления о выдаче разрешения от индивидуального предпринимателя не поступали.

Администрацией городского округа «Город Йошкар-Ола» представлена копия паспорта вывески «Магазин разливных напитков «Хмелефф».

Таким образом, рассматриваемая реклама нарушает часть 9 статьи 19 Закона о рекламе.

Кроме того, статьей 21 Закона о рекламе установлены требования к рекламе алкогольной продукции.

Согласно части 3 статьи 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Согласно пункту 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» 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), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

Пиво «Баварское светлое», реализуемое ИП С. в магазине «Хмелефф», является алкогольной продукцией, поскольку содержит этиловый спирт более 0,5 процентов объема готовой продукции.

Реклама, размещенная с помощью рекламной конструкции, является рекламой алкогольной продукции. Так, например, акция «Только у нас пиво 70 р. за 1 литр» проводится в отношении пива, в том числе «Баварское светлое», реализуемого в магазине, о чем свидетельствуют товарный чек.

Кроме того, в рекламе использованы изображения хмеля, кружек, в которых обычно подается пиво; цвет напитка в сочетании с пеной ассоциируется с пивом; «Хмелефф» является видом пива. Изображение кружек с характерной пивной пеной ассоциируется у потребителей с определенным напитком - пивом, а не любым разливным напитком.

Восприятие потребителями рекламы конкретного товара зависит, в том числе, от знакомства потребителя с товарами, выпускаемыми под товарным знаком, под которым товар реализуется. В рассматриваемой рекламе наименование магазина «Хмелефф», шрифт и стиль надписи «Хмелефф» совпадает с наименованием марки пива «Хмелефф», которая известна и узнаваема потребителями.

Однако рассматриваемая реклама не содержит предупредительной надписи о вреде чрезмерного употребления алкоголя, а, следовательно, нарушает часть 3 статьи 21 Закона о рекламе.

Также пунктом 5 части 2 данной статьи установлено, что 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.

Указанная рекламная конструкция располагается на внешней стене здания по адресу: ул. Красноармейская, д. 90б, что нарушает требования пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктами 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований пункта 3 части 3 статьи 5 несет рекламодаделец, требований части 9 статьи 19, пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе – рекламодатель, части 3 статьи 21 Закона о рекламе – рекламораспространитель.

ИП С. является арендатором нежилого помещения, расположенного по адресу: ул. Красноармейская, д. 90 Б, г. Йошкар-Ола, Республика Марий Эл, что подтверждается договорами аренды нежилого помещения от 05.09.2016.

Реализацию алкогольной продукции в помещении по адресу: ул. Красноармейская, д. 90 б, г. Йошкар-Ола осуществляет ИП С.

На заседании Комиссии Марийского УФАС России предприниматель сообщил, что изготовлением и размещением спорной рекламы занимался лично.

Следовательно, рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламодателем указанной рекламы является ИП С.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламоателям, рекламопроизводителям,

рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Марийское УФАС России, изучив представленные в материалы дела доказательства, считает, что в данном случае имеются основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ИП С.

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, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, размещенную на внешней стене здания, расположенного по адресу: ул. Красноармейская, д. 90 Б, г. Йошкар-Ола, Республика Марий Эл следующего содержания:



поскольку она нарушает требования пункта 3 части 3 статьи 5, части 9 статьи 19, пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать индивидуальному предпринимателю С. предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в соответствии со статьей 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.

Председатель Комиссии

Члены Комиссии

ПРЕДПИСАНИЕ
О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ
ПО ДЕЛУ № 03-21/62-2016

«01» декабря 2016 года

г. Йошкар-Ола

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии –

член Комиссии –

член Комиссии –

на основании своего решения от «01» декабря 2016 года по делу № 03-21/62-2016 о признании ненадлежащей рекламы магазина разливных напитков «Хмелефф», размещенной на внешней стене здания магазина, расположенного по адресу: ул. Красноармейская, д. 90 Б, г. Йошкар-Ола, Республика Марий Эл, в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Индивидуальному предпринимателю С. в семидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно прекратить распространение рекламы алкогольной продукции с нарушением пункта 3 части 3 статьи 5, части 9 статьи 19, пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».
2. Индивидуальному предпринимателю С. представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в течение трех дней с момента его исполнения.

Пунктом 2.4 статьи 19.5 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность за невыполнение в установленный срок законного решения, предписания федерального антимонопольного органа, его территориального органа о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии: