

РЕШЕНИЕ

по делу № 4-05/66

11 сентября 2015 года

г. Хабаровск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

<...> – руководитель управления;

Члены Комиссии:

<...>– ведущий специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

<...> - ведущий специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело № 4-05/66 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту размещения ООО «Розничная сеть алкомаркетов» рекламы магазина алкогольной продукции с нарушением требований пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе»,

в присутствии представителя ООО «Розничная сеть алкомаркетов» <...> (по доверенности),

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе 04.08.2015 года Хабаровским УФАС России отслежена реклама, распространяемая в г. Хабаровске на пересечении улиц Ленина и Дикопольцева, следующего содержания: «ДИЛАН» алкомаркет. Напитки со всего мира. Открытие 24 июля. Ул. Ленина, 69».

Согласно п. 1 статьи 3 ФЗ «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 п. 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» 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.

В порядке ч. 4 статьи 2 ФЗ «О рекламе» 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 закономны специальные требования и ограничения.

В соответствии с п. 16 Информационного письма ВАС от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

**Информация адресована
неопределенному кругу лиц, направлена
на привлечение внимания и поддержания
интереса к открывающемуся
алкомаркету и к алкогольной продукции,
реализуемой в нем, продвижению их на
рынке и, следовательно, является
рекламой.**

Учитывая специфику рекламируемого магазина, имеющего по профилю своей деятельности широкий ассортимент спиртных напитков, обозначение «Дилан алкомаркет» ассоциируется именно с алкогольной продукцией, а не с иными напитками и в традиционном понимании формирует интерес потребителей к спиртному. Для потребителя данное сочетание однозначно и непосредственно свидетельствуют о возможности приобретения в данном магазине алкогольной продукции вне зависимости от того, есть ли в рекламе наименование или изображение такой продукции.

Указанная реклама направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования - открывающемуся алкомаркету «Дилан» и к алкогольной продукции, следовательно, должна соответствовать требованиям, предъявляемым к рекламе этого товара.

Статьей 21 ФЗ «О рекламе» определены требования к размещению рекламы алкогольной продукции с содержанием этилового спирта менее 5 процентов

объема готовой продукции, а также к рекламе алкогольной продукции с содержанием этилового спирта 5 и более процентов объема готовой продукции.

В соответствии с пунктом 5 части 2 статьи 21 ФЗ «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.

Согласно части 2.1. названного закона 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. Реклама вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда разрешается на выставках пищевой продукции (за исключением продуктов детского питания) и выставках организаций общественного питания.

В адрес Хабаровского УФАС России поступили письменные пояснения ООО «Розничная сеть алкомаркетов». По мнению общества в его действиях общества отсутствуют признаки нарушения статьи 21 ФЗ «О рекламе», поскольку реклама направлена на привлечение внимания и поддержания интереса к открывающемуся магазину, а не к алкогольной продукции.

Также поступило ходатайство об отложении рассмотрения дела в связи с направлением в ФАС России запроса о дачи разъяснений.

Комиссией Хабаровского УФАС России в удовлетворении ходатайства отказано по следующим основаниям.

В соответствии с пунктом 3.48 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе Комиссия принимает решение об отложении рассмотрения дела с указанием даты и времени его рассмотрения в случае если установлена необходимость получения антимонопольным органом либо лицом, участвующим в деле, дополнительных доказательств.

Комиссия Хабаровского УФАС России, оценив доказательства, имеющиеся в материалах дела, признает их достаточными для квалификации спорной информации в качестве ненадлежащей рекламы.

В ходе рассмотрения дела представитель <...> с выявленным нарушением не согласился. В соответствии с пояснениями, представленными в письменной и устной форме, распространенная информация размещена перед магазином и не является рекламой. В силу [пункта 5 части 2 статьи 2](#) Закона о рекламе на распространение подобной информации в месте реализации товара закон о рекламе не распространяется.

Информация не является рекламой алкогольной продукции.

Данные доводы отклоняются Комиссией по следующим основаниям.

1. [Пунктом 5 части 2 статьи 2](#) Закона о рекламе предусмотрено, что данный [Закон](#) не распространяется на вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера.

Согласно [пункту 15](#) Информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 N 37 "Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе" вопрос о наличии в информации признаков рекламы решается с учетом конкретных обстоятельств дела.

В соответствии с разъяснениями, содержащимися в [абзаце пятом пункта 1](#) постановления ВАС РФ N 58, не следует рассматривать в качестве рекламы и 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.

Таким образом, при отнесении сведений о фирменном наименовании, коммерческом обозначении, товарном знаке, режиме работы, типе, профиле предприятия, реализуемых товарах, услугах к рекламе или к информации, не преследующей цели рекламы, значение имеет предусмотренная федеральным законом обязательность размещения в целях доведения до потребителя соответствующей информации, место ее размещения, сложившиеся обычаи делового оборота.

В соответствии с [пунктом 1 статьи 9](#) Закона Российской Федерации от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей» изготовитель (исполнитель, продавец) обязан довести до сведения потребителя фирменное наименование своей организации, место ее нахождения и режим работы. Продавец (исполнитель) размещает указанную информацию на вывеске. Назначение информации такого характера состоит в извещении неопределенного круга лиц о фактическом местонахождении юридического лица и (или) обозначении места входа.

То есть, к вывеске относятся только сведения, поименованные в пункте 1 статьи 9 ФЗ «О защите прав потребителей».

Спорная конструкция не может быть признана вывеской.

Информация об открытии алкомаркета «Дилан» не содержит сведений, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которых является обязательным в соответствии с федеральным законом и не содержит сведений, которые обязательны к размещению на вывеске: фирменного наименования, режима работы, не извещает о фактическом местонахождении юридического лица и не обозначает место входа в магазин.

Согласно "ГОСТ Р 51303-2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения" (утв. Приказом Росстандарта от 28.08.2013 N 582-ст) продажа (реализация) товара это передача покупателю товаров на определенных условиях, в том числе по договору купли-продажи или иным аналогичным договорам.

Следовательно, местом реализации товара является торговое место, используемое для совершения сделок розничной купли – продажи.

Данная информация распространяется вне места реализации товара и соответствует всем признакам рекламы и должна соответствовать требованиям рекламного законодательства.

На основании части 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 закона несет рекламораспространитель.

Установлено, что рекламораспространителем – является ООО «Розничная сеть алкомаркетов».

Данный факт подтверждается договором аренды рекламной конструкции № 95/15 от 30.06.2015 г., заключенным между ООО «Аскона» и ООО «Розничная сеть алкомаркетов»; актом приема-передачи рекламных плоскостей по договору аренды от 10.07.2015; счетом на оплату № 699 от 01.07.2015 г.

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 «ДИЛАН» алкомаркет. Напитки со всего мира. Открытие 24 июля. Ул. Ленина, 69», распространяемую ООО «Розничная сеть алкомаркетов», поскольку в ней нарушены требования пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «Розничная сеть алкомаркетов» обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

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

Решение изготовлено в полном объеме 11 сентября 2015 года.

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

Предписание
о прекращении нарушения законодательства
Российской Федерации о рекламе

11 сентября 2015 года

г. Хабаровск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

<...> – руководитель управления;

Члены Комиссии:

<...>- ведущий специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

<...>- ведущий специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

на основании своего решения от 11 сентября 2015 года по делу № 4-05/66 о признании ненадлежащей рекламы: «ДИЛАН» алкомаркет. Напитки со всего мира. Открытие 24 июля. Ул. Ленина, 69», поскольку в ней нарушены требования пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе»,

и 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. ООО «Розничная сеть алкомаркетов» (ИНН 2537112390, место нахождения: 690080, г. Владивосток, ул. Сахалинская, д. 29, оф. 3) в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: распространение в г. Хабаровске, в том числе по адресу: ул. Ленина, 69:

- рекламы продавца алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции вне стационарного торгового объекта, в котором осуществляется розничная продажа алкогольной продукции;

- рекламы продавца алкогольной продукции с содержанием этилового спирта менее пяти процентов объема готовой продукции с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций).

2. ООО «Розничная сеть алкомаркетов» (ИНН 2537112390, место нахождения: 690080, г. Владивосток, ул. Сахалинская, д. 29, оф.3) представить в Хабаровское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 30.09.2015 года.

В случае неисполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Хабаровское УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4. статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот до пятисот тысяч рублей.

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