

РЕШЕНИЕ

по делу № 03-21/13-2017

о нарушении законодательства о рекламе

«03» марта 2017 года
Ола

г. Йошкар-

Резолютивная часть решения объявлена: 02 марта 2017 года

Полный текст решения изготовлен: 03 марта 2017 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее - Марийское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии

член Комиссии

член Комиссии

рассмотрев дело № 03-21/13-2017, возбужденное по факту распространения рекламы магазинов разливных напитков «BEERЛОГА», расположенной по адресам ***, с признаками нарушения части 9 статьи 19, пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) следующего содержания:





в присутствии ИП Т.,

УСТАНОВИЛА:

Дело о нарушении законодательства о рекламе возбуждено в отношении ИП Т. по признакам нарушения части 9 статьи 19, пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы магазина разливных напитков «BEERлога», расположенной по адресам ***.

Основанием для возбуждения дела явился проведенный специалистами отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Марийского УФАС России мониторинг наружной рекламы в городе Волжске.

Из пояснений ИП Т. следует, что предприниматель не согласен с наличием указанных признаков нарушения законодательства о рекламе и пояснил, что спорная информация размещалась в целях обозначения месторасположения магазина разливных напитков «BEERлога» и является вывеской. В указанном магазине реализуются разливные напитки: квас, лимонад, пиво. Сведения о поставщиках алкогольной продукции размещаются в Единой государственной автоматизированной информационной системе учета объема производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции.

Спорная реклама была изготовлена и размещена ИП Т. для магазина разливных напитков «BEERлога» и эксплуатируется им. Поскольку рассматриваемая информация, по мнению индивидуального предпринимателя, является вывеской, располагающейся в месте осуществления предпринимательской деятельности, информирующей о названии магазина, ассортименте продукции и графике работы, предпринимателем не были учтены требования законодательства о рекламе.

Комиссия Марийского УФАС России, исследовав материалы дела, выслушав пояснения лица, участвующего в деле, пришла к выводу о нарушении законодательства о рекламе при размещении рассматриваемой рекламы.

Так, 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.

В пункте 2 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» установлено, что при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы 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 названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре.

Спорная информация по своему содержанию и целевой направленности является рекламой, так как распространена при помощи рекламной конструкции, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования – магазину разливных напитков «BEERлога», реализацию товаров и оказание услуг в котором осуществляет индивидуальный предприниматель Т., разливным напиткам: пенному, квасу, лимонаду, формирование или поддержание интереса к ним и их продвижению на рынке.

Комиссией Марийского УФАС России отклоняется довод индивидуального предпринимателя о том, что указанная конструкция является вывеской, поскольку требования к вывеске установлены статьей 9 Федерального закона от 07.02.1992 №2300-1 «О защите прав потребителей», в соответствии с которой продавец обязан довести до сведения потребителя фирменное наименование (наименование) своей организации, место ее нахождения (адрес) и режим ее работы на вывеске. Материалами мониторинга подтверждается, что при входе в магазин «BEERлога», расположенному по адресу ***, размещена вывеска, содержащая в себе наименование магазина, его режим работы, а также контактный номер телефона.

В силу части 4 статьи 3 Закона о рекламе под ненадлежащей рекламой

понимается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

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 рекламодателем, с соблюдением требований настоящей 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 Волжск» в письме от 20.01.2017 исх. №192 (вх. № 676 от 26.01.2017) указала, что владелец спорной рекламной конструкции неизвестен, заявления на получение разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции по адресам *** не поступали. Вместе с тем, администрация отметила необходимость такого согласования при размещении рекламных конструкций.

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

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.

Реклама, размещенная с помощью рекламной конструкции, является рекламой алкогольной продукции. Так, например, изображение медведя на части рекламной информации на желтом фоне с пузырьками и характерной пивной пеной ассоциируется у потребителей с определенным напитком - пивом, а не любым разливным напитком. Кроме того, название магазина «BEERлога», которое является производным от слова «beer» (англ. - «пиво»), и использование в рекламе слова «пенное», употребленное в среднем роде, также ассоциируется у потребителей с пивом. Таким образом, указанная информация является рекламой алкогольной продукции (пива).

Статьей 21 Закона о рекламе установлены требования к рекламе алкогольной продукции.

Пунктом 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе предусмотрено, 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 фасадах зданий по адресам ***, что противоречит требованиям пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

Кроме того, 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).

Как видно из фотографий спорных рекламных конструкций, предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции отсутствует.

На основании вышеизложенного, Комиссией Марийского УФАС России установлен факт нарушения пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

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

В соответствии с пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Материалами дела и письменными пояснениями ИП Т. подтверждается, что предпринимательскую деятельность в магазинах «BEERлога» по указанным адресам осуществляет ИП Т. Указанные рекламные конструкции располагаются в месте осуществления предпринимательской деятельности ИП Т., привлекают внимание к магазинам «BEERлога».

На основании изложенного следует, что рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы выступает ИП Т.

Таким образом, Комиссией Марийского УФАС России установлен факт нарушения части 9 статьи 19, пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Закона о рекламе при распространении и размещении рассматриваемой рекламы.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Комиссия Марийского УФАС России, изучив представленные в материалы дела доказательства, считает необходимым выдать ИП Т. предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

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 магазинов разливных напитков «BEERлога», расположенную по адресам ***, следующего содержания:



поскольку в ней нарушены требования 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 Т. предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении в соответствии с Кодексом 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 № 03-21/13-2017

«03» марта 2017 года
Ола

г. Йошкар -

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 «03» марта 2017 года по делу № 03-21/13-2017 о признании ненадлежащей рекламы магазинов разливных напитков «BEERЛОГА», расположенной по адресам ***, следующего содержания:



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 Т. в семидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно прекратить распространение рекламы алкогольной продукции с нарушением требований 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 Т. 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

