

Решение по делу №55/04-16р

Резолютивная часть решения оглашена 14 ноября 2016 года
Киров

г.

В полном объеме решение изготовлено 28 ноября 2016 года

Комиссия Кировского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председателя комиссии: <...>

руководителя Кировского УФАС России; членов комиссии: <...>

– начальника ОФРИР; <...>

. – специалиста ОФРИР.

При ведении протокола <...>

– специалистом ОФРИР.

в отсутствие надлежащим образом уведомленного о дате, месте и времени рассмотрения дела заявителя: физического лица;

в отсутствие надлежащим образом уведомленного о дате, времени и месте рассмотрения дела лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, ООО «<...>»,

рассмотрев дело № 55/04-16р по признакам нарушения ООО «<...>» (юр. адрес 610050, <...>; ИНН <...>; ОГРН <...>) п. 6 ч. 1 ст. 21, ч. 3 ст. 21 и п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Федеральный закон «О рекламе») по факту размещения на фасаде здания по адресу: <...> информации следующего содержания: «Бар «<...>». С 19.09 по 03.10. Октоберфест. Снижены цены на пенный напиток. Пивной марафон. Победитель получит ящик пива. Специальные сорта разливного пива. <...>», с изображением девушки-официантки, которая держит в руках две пивные кружки с пенной жидкостью золотистого оттенка,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области поступило обращение физического лица (вх. № 4834 от 05.08.2016 г.) о нарушении рекламного законодательства в отношении информации следующего содержания: «Бар «<...>». С 19.09 по 03.10. Октоберфест. Снижены цены на пенный напиток. Пивной марафон. Победитель получит ящик пива. Специальные сорта разливного пива. <...>», с изображением девушки-официантки, которая держит в руках две пивные кружки с пенной жидкостью золотистого оттенка, размещенной на фасаде здания по адресу: <...>.

По мнению заявителя, спорная реклама содержит признаки нарушения п. 6 ч. 1 ст. 21, ч. 3 ст. 21 и п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

Определением от 15.08.2016г. Кировским УФАС России было возбуждено дело в отношении ООО «<...>» по признакам нарушения п. 6 ч. 1 ст. 21, ч. 3 ст. 21 и п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» при размещении на фасаде здания, расположенного по адресу: <...>, информации следующего содержания: «Бар «<...>». С 19.09 по 03.10. Октябрьфест. Снижены цены на пенный напиток. Пивной марафон. Победитель получит ящик пива. Специальные сорта разливного пива. <...>», с изображением девушки-официантки, которая держит в руках две пивные кружки с пенной жидкостью золотистого оттенка. Рассмотрение дела № 55/04-16р назначено на 05.09.2016г.

Заявитель, уведомленный надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения дела, явку на рассмотрение дела не обеспечил, заявил ходатайство (вх№5363 от 30.08.16г.) о рассмотрении дела № 55/04-16р в свое отсутствие.

ООО «<...>», в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, надлежащим образом уведомленное о дате, месте и времени рассмотрения дела, явку представителя не обеспечило, запрошенные документы не представило.

Определение о возбуждении дела № 55/04-2016р от 15.08.2016г. (исх. № 3593/04 от 16.08.2016г.) в отношении ООО «<...>» направлено по юридическому адресу Общества: 610050, <...>, конверт (почтовый идентификатор номер <...> от 19.08.2016г.), содержащий сведения о пересылке упомянутого почтового отправления. На 05.09.2016г. почтовое уведомление не вручено, согласно информации с официального сайта Почта России - «неудачная попытка вручения». Конверт вернулся в Кировское УФАС России 23.09.2016г. с отметкой 17.09.2016г. «Истек срок хранения».

Определением от 06.09.2016г. рассмотрение дела № 55/04-16р отложено в связи с необходимостью запроса документов у лица, участвующего в деле и назначено на 05.10.2016г.

Заявитель, уведомленный надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения дела, явку на рассмотрение дела не обеспечил, ходатайств не заявлял.

ООО «<...>», в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, надлежащим образом уведомленное о дате, месте и времени рассмотрения дела, явку представителя не обеспечило, запрошенные документы не представило.

Определение о продлении срока рассмотрения дела № 55/04-2016р от 06.09.2016г. (исх. № 3981/04 от 06.09.2016г.) направлено по юридическому адресу Общества: 610050, <...>, конверт (почтовый идентификатор номер <...> от 09.09.2016г.), содержащий сведения о пересылке упомянутого почтового отправления. На 05.10.2016г. почтовое уведомление не вручено, согласно информации с официального сайта Почта России - «неудачная попытка вручения». Конверт вернулся в Кировское УФАС России 31.10.2016г. с отметкой 19.09.2016г. «Истек срок хранения».

Определением от 05.10.2016г. рассмотрение дела № 55/04-16р отложено в связи с

необходимостью запроса документов у лица, участвующего в деле и назначено на 19.10.2016г.

Заявитель, уведомленный надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения дела, явку на рассмотрение дела не обеспечил, ходатайств не заявлял.

ООО «<...>», в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, надлежащим образом уведомленное о дате, месте и времени рассмотрения дела, явку представителя не обеспечило, запрошенные документы не представило.

Определением от 19.10.2016г рассмотрение дела № 55/04-16р отложено в связи с необходимостью запроса документов у лица, участвующего в деле и назначено на 14.11.2016г.

Заявитель, уведомленный надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения дела, явку на рассмотрение дела не обеспечил, ходатайств не заявлял.

ООО «<...>», в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, надлежащим образом уведомленное о дате, месте и времени рассмотрения дела, явку представителя не обеспечило, запрошенные документы не представило.

Кировское УФАС России предприняло все меры для обеспечения надлежащего уведомления ООО «<...>» и физического лица о дате, месте и времени рассмотрения дела № 55/04-2016р.

Согласно Постановлению Пленума ВАС РФ от 30.07.2013 №61 «О некоторых вопросах практики рассмотрения споров, связанных с достоверностью адреса юридического лица» юридическое лицо несет риск последствий неполучения юридически значимых сообщений, поступивших по его адресу, указанному в ЕГРЮЛ, а также риск отсутствия по этому адресу своего представителя, и такое юридическое лицо не вправе в отношениях с лицами, добросовестно полагавшимися на данные ЕГРЮЛ об адресе юридического лица, ссылаться на данные, не внесенные в указанный реестр, а также на недостоверность данных, содержащихся в нем (в том числе на ненадлежащее извещение в ходе рассмотрения дела, за исключением случаев, когда соответствующие данные внесены в ЕГРЮЛ в результате неправомερных действий третьих лиц или иным путем помимо воли юридического лица).

Комиссия решила рассмотреть дело в отсутствие лиц, участвующих в деле.

Изучив материалы дела, Комиссия Кировского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно ст. 3 Федерального закона «О рекламе», рекламой является информация, распространяемая 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. Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация следующего содержания: «Бар «<...>». С 19.09 по 03.10. Октоберфест. Снижены цены на пенный напиток. Пивной марафон. Победитель получит ящик пива. Специальные сорта разливного пива. «<...>», с изображением девушки-официантки, которая держит в руках две пивные кружки с пенной жидкостью золотистого оттенка, размещенная на фасаде здания по адресу: «<...>», адресована неопределенному кругу лиц, в том числе пешеходам, пассажирам и водителям транспортных средств, поскольку размещена рядом с тротуаром, вблизи автомобильной дороги, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (ООО «<...>» и реализуемой им алкогольной продукции), формирование или поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке, соответствует требованиям статьи 3 Федерального закона «О рекламе» и является рекламой.

Согласно п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального 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.

Указанная [норма](#) предусматривает запрет на размещение рекламы алкогольной продукции 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.

По смыслу [части 1 статьи 19](#) Федерального закона «О рекламе» к числу технических средств стабильного территориального размещения относятся щиты, стенды, строительные сетки, перетяжки, электронные табло, воздушные шары, аэростаты и иные объекты, монтируемые и располагаемые на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта.

При этом определяющим признаком для отнесения той или иной конструкции-рекламоносителя к числу технических средств стабильного территориального размещения, по смыслу указанной части [статьи 19](#) Федерального закона «О рекламе», является невозможность перемещения и изменения положения в пространстве присоединенной к конструкции рекламы.

Рекламная информация «Бар «<...>». С 19.09 по 03.10. Октоберфест. Снижены цены на пенный напиток. Пивной марафон. Победитель получит ящик пива. Специальные сорта разливного пива. «<...>», с изображением девушки-официантки, которая держит в руках две пивные кружки с пенной жидкостью золотистого оттенка располагается стационарно на фасаде здания, не предназначена для

перемещения и, соответственно, размещена с использованием технических средств стабильного территориального размещения.

В силу [ст. 2](#) Федерального закона от 22.11.1995 N 171-ФЗ "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции" (далее - Закон № 171-ФЗ), 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.

В [п. 7 ст. 2](#) Закона № 171-ФЗ, установлено, что 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.

Исходя из норм права, пиво с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции, относится к алкогольной продукции.

Поскольку в спорной рекламе указан вид алкогольной продукции – разливное пиво, ООО «<...>» заинтересовано в привлечении внимания к данной продукции, следует считать, что объектом рекламирования в спорной рекламе является алкогольная продукция (пиво).

Таким образом, рекламный модуль «Бар «<...>». С 19.09 по 03.10. Октоберфест. Снижены цены на пенный напиток. Пивной марафон. Победитель получит ящик пива. Специальные сорта разливного пива. <...>», с изображением девушки-официантки, которая держит в руках две пивные кружки с пенной жидкостью золотистого оттенка, располагается стационарно, не предназначен для перемещения и, соответственно, размещение на нем рекламы алкогольной продукции в силу [пункта 5 части 2 статьи 21](#) Федерального закона «О рекламе» не допускается, следовательно, размещение вышеуказанной информации нарушает требования п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

Согласно [п. 6 ч. 1 ст. 21](#) Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна использовать образы людей, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

Согласно Большому толковому словарю русского языка "образ" - это "1. внешний вид, облик; наружность, внешность; 2. живое, наглядное представление о ком-либо, о чем-либо, возникающее в воображении, мыслях кого-либо; 3. форма восприятия сознанием явлений объективной действительности; отпечаток, воспроизведение сознанием предметов и явлений внешнего мира" и т.п. Следовательно, "образ" - это не только внешний вид предмета, но и форма его представления и воспроизведения в сознании человека.

Под образом следует понимать отражение в сознании потребителей рекламы определенных объектов материального мира, их наглядное, живое представление. При этом создание образов может происходить посредством текстового, визуального или звукового восприятия.

В спорной рекламе использованы визуальные образы людей - изображение девушки-официантки способом фотографии.

Таким образом, спорная реклама, в которой посредством визуального восприятия использован образ человека нарушает [п. 6 ч. 1 ст. 21](#) Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 3 ст. 21 Федерального 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).

Спорная реклама алкогольной продукции не содержит предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции, следовательно, размещена с нарушением ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель. За нарушение требований ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» ответственность несет как рекламодатель, так и рекламодатель. За нарушение требований [п. 6 ч. 1 ст. 21](#) Федерального закона «О рекламе» ответственность несет рекламодатель.

Согласно информации, указанной в выписке из Единого государственного реестра юридических лиц № 6995В/2016 от 08.09.2016 (далее по тексту Выписка), представленной [Межрайонной инспекцией ФНС России № 14 по Кировской области](#), установлено, что ООО «<...>» зарегистрировано по адресу <...> и ООО «<...>» имеет лицензию №43АЛ 001596 от 29.10.2012 на розничную продажу алкогольной продукции по адресу <...>.

Также Кировским УФАС установлено, что рекламная конструкция, на которой указано наименование бара – «<...>», размещена рядом со входом в бар «<...>», на вывеске при входе в который, указана следующая информация: «Бар «<...>». Режим работы – круглосуточно. Общество с ограниченной ответственностью «<...>» ИНН <...>, Юр. адрес <...>».

Таким образом, проанализировав установленные факты, Комиссия Кировского УФАС приходит к выводу, что рекламодателем и рекламодателем спорной рекламной информации является ООО «<...>», как лицо, зарегистрированное и осуществляющее хозяйственную деятельность по адресу <...>, имеющее лицензию на розничную продажу алкогольной продукции по указанному адресу, и, следовательно, имеющее интерес к рекламированию товара и возможность для размещения спорной рекламы.

Таким образом, действия ООО «<...>», выразившиеся определении содержания и распространении спорной рекламы, не соответствуют требованиям п. 6 ч. 1 ст. 21, ч. 3 ст. 21 и п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

Комиссия Кировского УФАС России считает, что нарушение рекламного законодательства произошло по вине ООО «<...>».

Учитывая тот факт, что на момент рассмотрения дела в материалы дела не

представлено документальное подтверждение прекращения нарушения, Комиссия решила выдать ООО «<...>» предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Руководствуясь ст. 3, п. 5 ч. 2 ст. 21, п. 6 ч. 1 ст. 21, ч. 3 ст. 21, ст. 33, ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: «Бар «<...>». С 19.09 по 03.10. Октоберфест. Снижены цены на пенный напиток. Пивной марафон. Победитель получит ящик пива. Специальные сорта разливного пива. <...>», с изображением девушки-официантки, которая держит в руках две пивные кружки с пенной жидкостью золотистого оттенка, размещенную на фасаде здания по адресу <...>, так как она противоречит п. 6 ч. 1 ст. 21, ч. 3 ст. 21 и п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «<...>» (ИНН <...>; ОГРН <...>,) предписание об устранении нарушения п. 6 ч. 1 ст. 21, ч. 3 ст. 21 и п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».

3. Передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административном правонарушении в отношении ООО «<...>» и должностного лица ООО «<...>».

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