

Резолютивная часть решения объявлена: «22» февраля 2017 года

Полный текст решения изготовлен: «22» февраля 2017 года

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

председатель Комиссии;

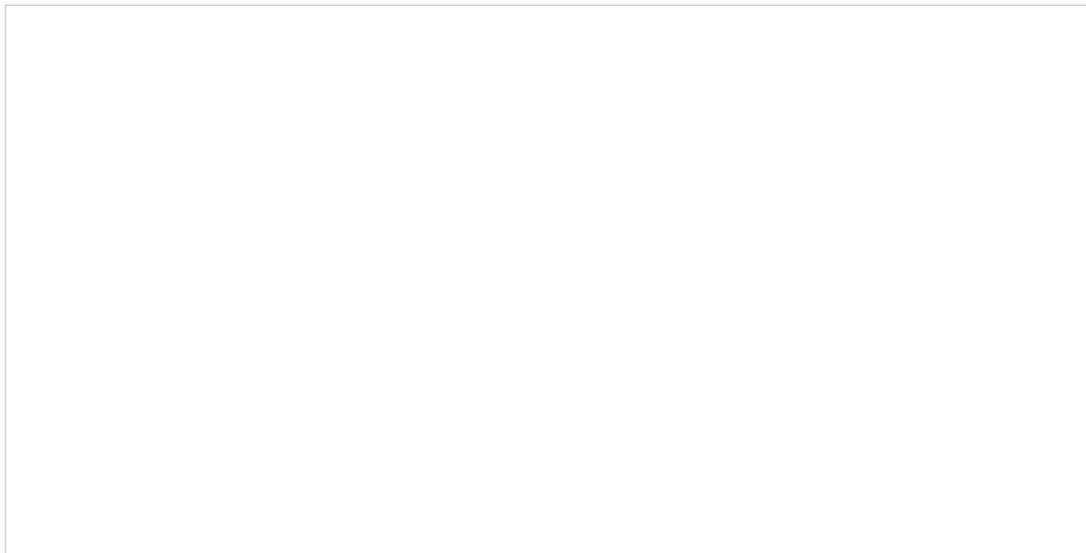
член Комиссии;

член Комиссии,

рассмотрев дело, возбужденное по признакам нарушения части 9 статьи 19, пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», в отсутствие К.,

УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл в ходе мониторинга наружной рекламы на территории города Йошкар-Олы выявлена информация, размещенная на внешней стене здания, расположенного по адресу: (XXX), следующего содержания:



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 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).

Наличие на рекламной конструкции надписи: «ПИВОМАН» указывает на то, что в данном заведении реализуется пивные напитки. Словосочетание «ПИВОМАН» образовано из двух слов «ПИВО» и «МАН». С перевода от греческого «МАН» /mania/ — означает безумие, страсть, влечение. Таким образом, данное слово может означать «пивное влечение, страсть к пиву, безумие от пива», следовательно, у потребителя при просмотре данной рекламы будет вызвана ассоциация с пивом, следовательно, в магазинах «ПИВОМАН» реализуются пивные напитки.

Кроме того, изображение бочки и солода совместно с наименованием магазина «ПИВОМАН» на рекламной конструкции ассоциируется у потребителей именно с пивом, а не любым разливным напитком, что и индивидуализирует пиво внутри группы однородных товаров - алкогольной продукции.

Следовательно, 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 – фирменному магазину «Пивоман», реализацию пива в котором осуществляет индивидуальный предприниматель К. к акции «2+1 снижение цены», формирование или поддержание интереса к ним и их продвижению на рынке.

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).

Рассматриваемая реклама алкогольной продукции 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: (XXX), что нарушает требования пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

Кроме того, 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, 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 - 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 28.11.2016 исх. №028-29/01-1846-16 (вх. № 14090 от 29.11.2016) указала, что разрешение на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на фасаде здания, расположенного по адресу: (XXX) не выдавало, заявления о выдаче разрешения от индивидуального предпринимателя К. не поступало.

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

В соответствии с пунктами 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований части 9 статьи 19, пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о

рекламе – рекламодатель и рекламодатель и рекламодатель.

Реализацию алкогольной продукции в помещении по адресу: (XXX) осуществляет ИП К. Следовательно, индивидуальный предприниматель является рекламодателем и рекламодателем спорной рекламы.

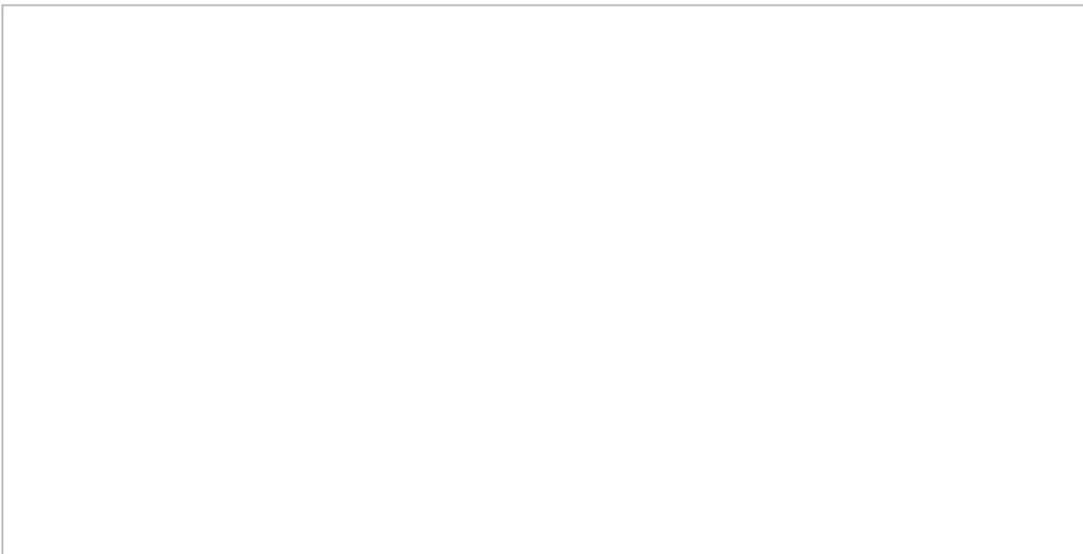
Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламодателям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

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: (XXX), следующего содержания:



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

2. Выдать индивидуальному предпринимателю К 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.

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 № 03-21/04-2017

«22» февраля 2017 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 «22» февраля 2017 года по делу № 03-21/04-2014 о признании ненадлежащей рекламы магазина разливных напитков «Пивоман», размещенной на внешней стене здания, расположенного по адресу: (XXX), 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 К. в семидневный срок со дня получения

настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно прекратить распространение рекламы алкогольной продукции с нарушением части 9 статьи 19, пункта 5 части 2 статьи 21 и части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

2. Индивидуальному предпринимателю К. 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