ИП Антонченко А.М.

ул. Чичерина, д. 124,

г. Уссурийск, 692527

Департамент лицензирования

и торговли Приморского края

ул. 1-я Морская, д. 4,

г. Владивосток, 690007

e-mail: licence@primorsky.ru

РЕШЕНИЕ

ПО ДЕЛУ № 025/05/21-797/2019

14 ноября 2019 года г. Владивосток

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Приморскому краю (далее - Приморское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

председатель Комиссии: <...> – заместитель руководителя - начальник отдела контроля торгов;

члены Комиссии: <...> – ведущий специалист-эксперт отдела контроля антимонопольного законодательства и рекламы, <...> – специалист 1 разряда отдела контроля антимонопольного законодательства и рекламы,

рассмотрев 14.11.2019 дело № 025/05/21-797/2019, возбужденное в отношении ИП Антонченко А.М. (ИНН 251131262601) по факту распространения информации с признаками нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

в отсутствии представителей сторон по делу,

УСТАНОВИЛА:

09.07.2019 в Приморское УФАС России поступило обращение Департамента лицензирования и торговли Приморского края (вх. № 5608) в отношении информации размещенной в магазине «Пив&ко», где деятельность осуществляет ИП Антонченко А.М., расположенном в городе Уссурийске по ул. Чичерина, 124, по признакам нарушения ФЗ «О рекламе».

Для установления факта размещения указанной информации, сотрудниками Приморского УФАС России был совершен выезд и последующая фото-фиксация.

Актом от 16.07.2019 был зафиксирован факт размещения на фасаде здания расположенного по адресу: город Уссурийск по ул. Чичерина,124 (далее – Здание) информации ИП Антонченко «Пив&Ко».

В частности содержится изображение пива «Бойлерное», которое продается в рассматриваемом магазине.

Кроме того, на фасаде здания, размещена информация продукции с изображением визуально сходной с пачкой сигарет и текстом «У нас самые дешевые сами знаете что».

Также присутствует изображение банки с этикеткой «На азоте 3л. Бойлерное. Светлое. Алк. 4% / плот. 11%. Не болит голова».

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «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.

Из пункта 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» следует, что объектом рекламирования является 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 соответствии с частью 4 статьи 2 ФЗ «О рекламе» специальные требования и ограничения, установленные указанным Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей и л и 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 законом установлены специальные требования и ограничения.

Вышеуказанная информация с учетом вышеизложенного является рекламой, в связи с чем она должна соответствовать требованиям установленными ФЗ «О рекламе».

К рекламе алкогольной продукции установлены требования в статье 21 ФЗ «О рекламе».

Согласно пункту 5 части 1 статьи 21 ФЗ «О рекламе», реклама алкогольной

продукции не должна обращаться к несовершеннолетним.

Использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами (пункт 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе»).

Такого подтверждения в материалах дела не содержится.

Согласно пункта 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 них.

В связи с вышеизложенным, Приморским УФАС России в отношении ИП Антонченко А.М. вынесено определение о возбуждении дела № 025/05/21-797/2019 (исх. 09.09.2019 № 8053/06-2) по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 5 части 1 статьи 21, части 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

01.10.2019 Комиссия определением исх. № 8799/06-2 от 04.10.2019 отложила рассмотрение дела для предоставления возможности ИП Антонченко А.М. представить пояснения по существу вменяемого правонарушения, а также для участия в рассмотрении дела.

14.11.2019 на заседании Комиссии ИП Антонченко А.М. не явилась, документы запрошенные определением не представила.

Комиссией установлено, что вышеуказанные определения направлялись по фактическому адресу и адресу регистрации и небыли получены адресатом. На заседание комиссии ИП Антонченко А.М. не явилась.

Письма по вышеуказанным адресам вернулись в Управление 14.10.2019 и 15.10.2019 (извещение № 69009039669878 и № 69009039669861).

Согласно абзацу 2 пункта 1 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации 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 судом, в рамках производства по делу об административном правонарушении и т.п.).

В соответствии с пунктом 1 статьи 165.1 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ), заявления, уведомления, извещения, требования или иные юридически значимые сообщения, с которыми закон или сделка связывает гражданско-правовые последствия для другого лица, влекут для этого лица такие последствия с момента доставки соответствующего сообщения ему или его представителю.

В соответствии с пунктом 63 Постановления Верховного Суда Российской Федерации от 23.06.2015 № 25 «О применении судами некоторых положений раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации», по смыслу пункта 1 статьи 165.1 ГК РФ юридически значимое сообщение, адресованное гражданину, должно быть направлено по адресу его регистрации по месту жительства или пребывания либо по адресу, который гражданин указал сам (например, в тексте договора), либо его представителю (пункт 1 статьи 165.1 ГК РФ).

С учётом положения пункта 2 статьи 165.1 ГК РФ юридически значимое сообщение, адресованное гражданину, осуществляющему предпринимательскую деятельность в качестве индивидуального предпринимателя, или юридическому лицу, направляется по адресу, указанному соответственно в едином государственном реестре индивидуальных предпринимателей или в едином государственном реестре юридических лиц либо по адресу, указанному самим индивидуальным предпринимателем или юридическим лицом.

При этом необходимо учитывать, что гражданин, индивидуальный предприниматель или юридическое лицо несут риск последствий неполучения юридически значимых сообщений, доставленных по адресам, перечисленным в пункте 1 статьи 165 ГК РФ, а также риск отсутствия по указанным адресам своего представителя. Гражданин, сообщивший кредиторам, а также другим лицам сведения об ином месте своего жительства, несет риск вызванных этим последствий (пункт 1 статьи 20 ГК РФ). Сообщения, доставленные по названным адресам, считаются полученными, даже если соответствующее лицо фактически не проживает (не находится) по указанному адресу.

Согласно пункту 68 Постановления Верховного Суда Российской Федерации от 23.06.2015 № 25 «О применении судами некоторых положений раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации», статья 165.1 ГК РФ подлежит применению также к судебным извещениям и вызовам, если гражданским процессуальным или арбитражным процессуальным законодательством не предусмотрено иное.

Сообщение считается доставленным и в тех случаях, если оно поступило лицу, которому оно направлено (адресату), но по обстоятельствам, зависящим от него, не было ему вручено или адресат не ознакомился с ним.

В соответствии со статьей 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, 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, коньяк), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха;

Вместе с тем, на фото №1, №2, содержащихся в материалах дела, на фасаде Здания изображена банка с этикеткой «Светлое Бойлерное пиво» с припиской «сварено по ГОСТу СССР».

Кроме того, на фото №13 видно, что данная марка пива доступна к продаже, наряду с другой алкогольной продукцией, в магазине, расположенном в указанном Здании.

Указанная информация расценивается как реклама алкогольной продукции.

Также, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара;

Вместе с тем, на фото №8, на фасаде здания изображена банка с этикеткой «На азоте 3л. Бойлерное. Светлое. Алк. 4% / плот. 11%. Не болит голова».

К утверждение «Не болит голова» Комиссия относится критически, поскольку известно, что употребление алкогольной продукции может влиять на состояние здоровья.

В свою очередь размещение данной информации указанным образом нарушает положения пункта 5 части 1 статьи 21, пункта 5 части 2 статьи 21ФЗ «О рекламе».

Кроме того, согласно фото №6 и №8 на фасаде Здания размещена информация, в содержательной части которой изображена прямоугольная упаковка с вопросительным знаком в красно-белом цвете (по форме и цвету напоминающая упаковку табачной продукции «Marlboro») и надпись «У нас самые дешевые сами знаете что…»

Согласно Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

Таким образом, размещение указанной информации выбранным способом нарушает положения пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

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

Кроме того, установлено, что рекламораспространителем - является ИП Антонченко А.М. в интересах которого распространяется информация. Данный факт подтверждается фото № 11 (согласно акта фиксации размещенной информации), где на входной двери в магазин нанесены реквизиты указанного индивидуального предпринимателя.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе», в соответствии с пунктом 3.58 Административного регламента ФАС России по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (Приказ ФАС России от 23.11.2012 № 711/12), а также руководствуясь пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространяемую ИП Антонченко А.М. на фасаде здания по адресу город Уссурийск, ул. Чичерина,124, поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 5 части 1 статьи 21, пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать обязательное для исполнения предписание о прекращении ИП Антонченко А.М. нарушения требований пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 5 части 1 статьи 21, пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, ответственность за которые предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

4. Передать сведения о размещении информации в Администрацию г. Уссурийска для рассмотрения вопроса о законности/незаконности размещения рекламы и принятия мер по демонтажу (фото № 7).

Решение изготовлено в полном объеме 28.11.2019.

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

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии <...>

<...>