

РЕШЕНИЕ

по делу № 55/04-2017р

Резолютивная часть решения оглашена 10 июля 2017 года

В полном объеме решение изготовлено 19 июля 2017 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел о нарушении рекламного законодательства в составе: Председателя комиссии <...> - руководителя управления Кировского УФАС России, Членов Комиссии: <...> - начальника отдела ФРИР Кировского УФАС России; <...> – специалиста отдела ФРИР; при ведении протокола <...> – специалиста отдела ФРИР Кировского УФАС России;

В присутствии: от лица, в действиях которых содержатся признаки нарушения рекламного законодательства:

<...> – представителя ООО «<...>» по доверенности № б/н от <...>.г.;

рассмотрев дело № 55/04-2017р по признакам нарушения ООО «<...>» пункта 8 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Федеральный закон «О рекламе») по факту размещения в окне заведения «<...>», расположенного по адресу: г. Киров, ул. <...>, дом <...>, рекламной информации следующего содержания: «<...>. Очень вкусное место нашего города. Кальяны на любой вкус. тел.: <...>»,

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства о рекламе в соответствии со статьей 33 Федерального закона «О рекламе» сотрудниками Кировского УФАС России было установлено, что по адресу: г. Киров, ул. <...>, дом <...>, в окне заведения «<...>» размещена информация: «<...>. Очень вкусное место нашего города. Кальяны на любой вкус. тел.: <...>» (акт фиксации рекламы от 26.05.2017).

Определением от 13.06.2017г. возбуждено дело № 55/04-2017р в отношении ООО «<...>». Рассмотрение дела № 55/04-2017р назначено на <...>.г.

Ответчик - ООО «<...>» обеспечил явку представителя по доверенности № б/н от <...>.г., представил запрошенные определением от 13.06.2017 документы.

Представитель ответчика <...> также пояснил, что лицом, в должностные обязанности которого входят размещение, установка и эксплуатация рекламных материалов и конструкций, является заместитель директора по развитию – <...> (согласно должностной инструкции от <...>.г.).

Представитель ООО «<...>» по доверенности № б/н от <...>.г. <...> факт нарушения не признал, пояснил, что спорная информация под действие Федерального закона «О рекламе» не попадает, так как сама табличка с информацией находится внутри помещения.

Определением от 04.07.2017 был объявлен перерыв в рассмотрении дела № 55/04-2017р в связи с тем, что спорная информация была вынесена на рассмотрение Экспертного совета

по применению законодательства о рекламе при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Кировской области. Рассмотрение дела назначено на 10.07.2017 г.

Лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, ООО «<...>», уведомленное надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения дела, обеспечило явку представителя ООО «<...>» по доверенности № б/н от <...>г. <...>.

Представитель ООО «<...>» по доверенности № б/н от <...>г. <...> поддержал позицию, изложенную на прошлом заседании, факт нарушения не признал.

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.

Ненадлежащей признается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации (ст. 3 Федерального закона «О рекламе»).

Из анализа положений пункта 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» следует, что реклама призвана быть убеждающей по своему характеру с тем, чтобы привлечь внимание новых потребителей к товару (работе, услуге) - объекту рекламирования, сформировать положительное представление о нем (о них) и необходимое рекламодателю для продвижения товара (работы, услуги) позитивное отношение к нему (к ним). Признаком рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту рекламирования для продвижения его на рынке, поддержать интерес к нему и закрепить его образ в памяти потребителя.

Информация, размещенная в окне заведения «<...>» по адресу: г. Киров, ул. <...>, дом <...>, следующего содержания: «<...>. Очень вкусное место нашего города. Кальяны на любой вкус. тел.: <...>» адресована неопределенному кругу лиц (пешеходы, пассажиры и водители транспортных средств), направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, способствует формированию интереса к рекламируемому товару и его продвижению на рынке, и по своему содержанию является рекламой.

В соответствии с пунктом 8 статьи 7 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок.

Довод представителя ответчика о том, что спорная информация не является рекламой, так как она размещена внутри помещения не может быть принят во внимание по следующим основаниям.

Проанализировав материалы дела, Кировское УФАС России квалифицировало информацию следующего содержания: «<...>. Очень вкусное место нашего города. Кальяны на любой вкус. тел.: <...>», размещенную в окне заведения «<...>» по адресу: г. Киров, ул. <...>, д. <...>, как рекламу на основании следующего.

Данная информация содержит признаки, характеризующие ее как рекламу, а именно:

- адресована неопределенному кругу лиц, поскольку спорная информация размещена в окне заведения, при этом лицевая сторона таблички со спорной информацией была обращена на

улицу <...>, что делает ее доступной для восприятия пешеходами, пассажирами и водителями транспортных средств;

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (заведению «<...>» и предлагаемым им услугам, при этом в качестве объекта рекламирования также индивидуализируется конкретный товар – кальян;

- направлена на формирование или поддержание интереса к объекту рекламирования и его продвижению на рынке, поскольку указание наименования заведения «<...>» в совокупности со слоганом : «Очень вкусное место нашего города» и номером телефона направлены на привлечение внимания потребителей, а формулировка «Кальяны на любой вкус» предполагает формирование интереса к конкретному объекту рекламирования (кальяну) и, по сути, содержит указание на наличие широкого ассортимента данного товара, что способствует его продвижению на рынке.

В настоящем случае спорная реклама, размещенная в окне заведения «<...>» по адресу: г. <...>, ул. <...>, д. <...>, содержит фразы, формирующие у потребителя положительные эмоции («Очень вкусное место нашего города», «на любой вкус»), которые в совокупности с указанием конкретной единицы товара (кальяны), а также изображением кота и номера телефона привлекают интерес потребителя к объекту рекламирования – заведению «<...>», и одному из продуктов деятельности указанного заведения - кальянам.

Также стоит отметить, что указанная спорная информация была вынесена на рассмотрение Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Кировской области. Согласно данным протокола заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Кировской области, абсолютное большинство членов Экспертного Совета пришли к выводу, что информация: «<...>. Очень вкусное место нашего города. Кальяны на любой вкус. тел.: <...>», размещенная в окне заведения «<...>» по адресу: г. Киров, ул. <...>, д. <...>, является рекламой.

По мнению членов Экспертного Совета, наличие фраз «очень вкусное место», «на любой вкус», а также изображение «довольного» кота привлекают внимание и побуждают потребителя зайти в заведение и попробовать предлагаемые товары.

Кроме того, членами Экспертного Совета отмечено, что объектом рекламирования являются, в том числе и кальяны, поскольку в привязке к слову «кальяны» реклама содержит оценочное понятие «на любой вкус», характеризующее основной признак рекламы – привлечение внимания потребителя к рекламируемому товару.

Таким образом, с учетом мнения членов Экспертного Совета, Кировское УФАС России пришло к выводу о том, что спорная информация следующего содержания: «<...>. Очень вкусное место нашего города. Кальяны на любой вкус. тел.: <...>» не соответствует требованиям пункта 8 статьи 7 Федерального закона «О рекламе», так как по своему содержанию является рекламой, одним из объектов которой являются кальяны.

В соответствии с частью 6 и частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований пункта 8 статьи 7 настоящего Закона несут рекламодатель и рекламодатель, которыми в рассматриваемой ситуации в одном лице является ООО «<...>», что подтверждается пояснениями представителя ответчика и договором аренды нежилого помещения от <...>г. Согласно указанному договору нежилое помещение, расположенное на первом этаже дома № <...> по улице <...> Первомайского района города Кирова, передано во временное владение и пользование для организации работы кафе арендатору ООО «<...>».

Как следует из пояснений ответчика, спорная информация была демонтирована, вместо нее размещена информация о режиме работы кафе в пятницу и субботу, в качестве

подтверждения представлено фото таблички, располагающейся в окне заведения «<...>», с надписью: «<...>. Очень вкусное место нашего города. Afterparty до 9:00 утра» и акт № <...> от <...>. Учитывая, что на момент принятия решения в материалах дела имеется документальное подтверждение устранения нарушения, Комиссия решила не выдать ООО «<...>» предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства.

Комиссия считает необходимым передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 4 статьи 14.3.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Исходя из изложенного, 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 рекламу следующего содержания: «<...>. Очень вкусное место нашего города. Кальяны на любой вкус. тел.: <...>», размещенную в окне заведения «<...>» по адресу: город Киров, улица <...>, дом <...>, ненадлежащей, так как она противоречит пункту 8 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Предписание Обществу с ограниченной ответственностью «<...>» (ИНН <...>; ОГРН <...>) об устранении нарушения пункта 8 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» в связи с добровольным устранением нарушения не выдавать.
3. Передать материалы дела № 55/04-2017р уполномоченному должностному лицу Кировского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 4 статьи 14.3.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении Общества с ограниченной ответственностью «<...>» и его должностного лица.

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

