

РЕШЕНИЕ
по делу № 03-21/14-2017
о нарушении законодательства о рекламе

«13» марта 2017 года г. Йошкар-Ола

Резолютивная часть решения объявлена: 09 марта 2017 года

Полный текст решения изготовлен: 13 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 № 03-21/14-2017, возбужденное по факту распространения рекламы «мини-Кафе «Александра» «Александра. Чай, кофе. Соки, воды. Напитки, пиво. Горячая выпечка. Закуски» на здании по адресу г. Йошкар-Ола, ул. П.Курсантов, д.5 по признакам нарушения пункта 5 части 2, части 3 статьи 21, части 9 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), в отсутствие представителя ООО «Александра В», В., надлежащим образом извещенных о дате, времени, месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) поступило заявление от 18.01.2017 (вх. № 10-В) В. о размещении рекламы алкогольной продукции «мини-Кафе «Александра» на здании по адресу г. Йошкар-Ола, ул. П.Курсантов, д.5 следующего содержания:

По факту размещения указанной рекламы Марийским УФАС России возбуждено дело о нарушении законодательства о рекламе №03-21/14-2017 по признакам нарушения пункта 5 части 2, части 3 статьи 21, части 9 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее- Закон о рекламе).

Определением от 14.02.2017 о возбуждении дела о нарушении законодательства о рекламе к участию в рассмотрении дела привлечено ООО «Александра В» в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, В. –в качестве заявителя.

ООО «Александра В» в письменных пояснениях от 13.02.2017 вх.№1280 указало, что рассматриваемый баннер расположен на входе в мини-

кафе и не содержит информации о производителях, марках товаров, иных коммерческих и адресных сведений. При его разработке преследовалась цель – доведение информации до потребителей об ассортименте реализуемой продукции.

Лица, участвующие в рассмотрении дела, на заседание Комиссии не явились, своих представителей не направили. С учетом надлежащего извещения лиц, участвующих в рассмотрении дела, о дате времени месте рассмотрения, Комиссия приходит к выводу о возможности рассмотрения дела в их отсутствие.

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.

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 «Александра», реализацию товаров и оказание услуг в котором

осуществляет ООО «Александра В», напиткам, в том числе: чай, кофе, соки, воды, пиво, а также закуски и горячая выпечка, формирование или поддержание интереса к ним и их продвижению на рынке.

Указанная информация не может быть признана вывеской, поскольку содержит не только сведения о наименовании лица, которое осуществляет деятельность, но и изображения и наименования реализуемых товаров, следовательно, довод ООО «Александра В» о том, что данная информация не является рекламой, отклоняется Комиссией Марийского УФАС России.

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 рекламораспространителем, с соблюдением требований указанной 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 названной 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 31.01.2017вх. № 829 указала, что разрешение на размещение рекламных и информационных конструкций по рассматриваемому адресу каким-либо лицам администрацией не выдавалось.

Таким образом, рассматриваемая реклама нарушает требования части 9 статьи 19 Закона о рекламе, поскольку размещена в отсутствие

разрешения уполномоченного органа.

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, в рекламе использовано слово «пиво», а также изображение пивной кружки, изображение бутылки. Изображение кружки с характерной пивной пеной ассоциируется у потребителей с определенным напитком - 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 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 фасаде (внешней стене) многоквартирного дома по адресу ул. П.Курсантов, д. 5, г. Йошкар-Ола, 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).

Предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции в рассматриваемой рекламе отсутствует.

На основании вышеизложенного, Комиссия Марийского УФАС России приходит к выводу о нарушении пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Закона о рекламе при размещении и распространении рассматриваемой рекламы.

В соответствии с частями 6, 7 статьи 28 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований части 3 статьи 21 Закона о рекламе несет рекламоатель 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 рекламоатель - 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 подтверждается, что предпринимательскую деятельность в мини-кафе «Александра» по адресу ул. Подольских Курсантов, д.5, г. Йошкар-Ола осуществляет ООО «Александра В». Из пояснений общества следует, что рекламный щит был изготовлен и размещен ООО «Александра В».

На основании изложенного, рекламоателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы выступает ООО «Александра В».

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

ООО «Александра В» в письменных пояснениях от 13.02.2017 вх.№1280 указало, что обществом проведена корректировка информации, содержащейся в рекламе, а также согласование размещения конструкции с Управлением архитектуры и градостроительства ГО «Город Йошкар-Ола».

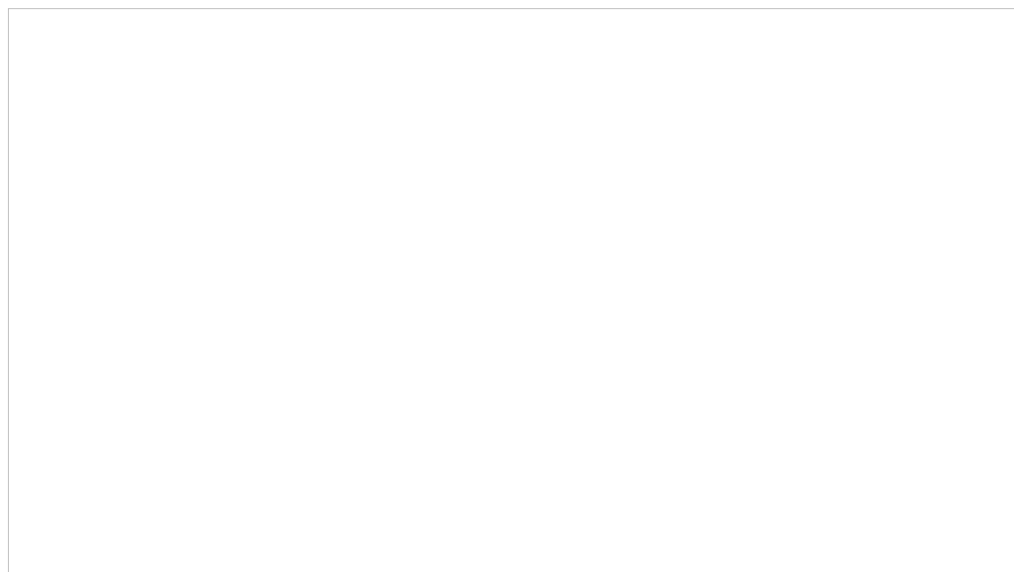
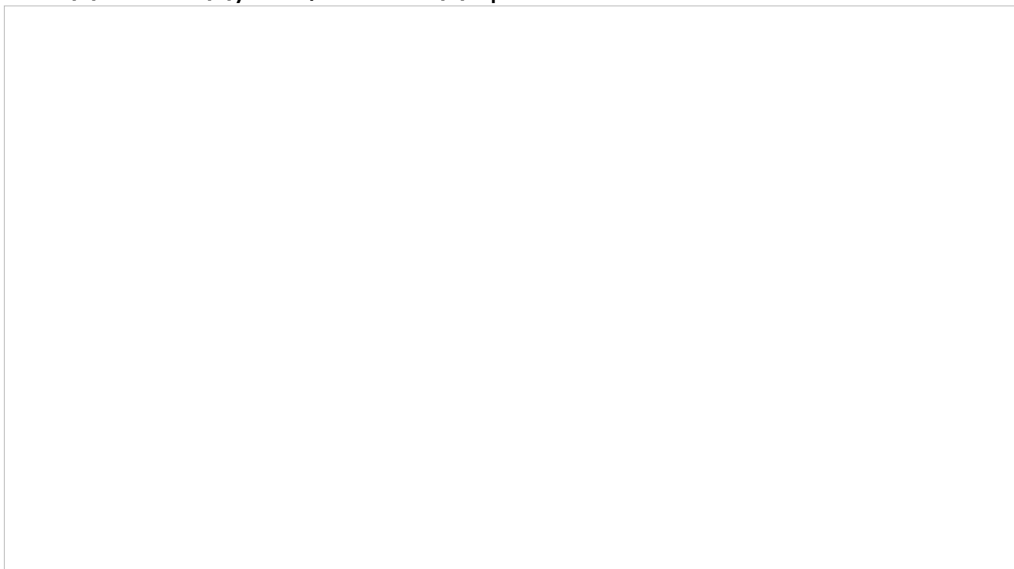
Однако представленные материалы с достоверностью не подтверждают устранение выявленных нарушений в месте размещения рассматриваемой рекламы.

Комиссия Марийского УФАС России, изучив представленные в материалы дела доказательства, считает необходимым выдать ООО «Александра В» 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 «мини-Кафе «Александра» «Александра. Чай, кофе. Соки, воды. Напитки, пиво. Горячая выпечка. Закуски», размещенную на здании по адресу г. Йошкар-Ола, ул. П.Курсантов, д.5 следующего содержания:



поскольку в ней нарушены требования пункта 5 части 2, части 3 статьи 21, части 9 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать обществу с ограниченной ответственностью «Александра В» 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