

РЕШЕНИЕ

24 октября 2018 года г. Челябинск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее – Челябинское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе (далее – Комиссия):

председателя Комиссии: Т. М. Соболевской – заместителя руководителя-начальника отдела Челябинского УФАС России;

члены Комиссии: Н. А. Алентьевой – главного специалиста-эксперта отдела контроля торгов и органов власти Челябинского УФАС России;

Ю. С. Гаевой – специалиста 1 разряда отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией Челябинского УФАС России, рассмотрев дело № 61-08/2018, по факту распространения в г. Златоусте Челябинской области рекламы продавца алкогольной продукции с признаками нарушения пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального Закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в присутствии представителя Индивидуального предпринимателя Хисматулина Антона Владимировича (далее – ИП Хисматулин А. В., Предприниматель) по доверенности – Хисматулина В. В.,

УСТАНОВИЛА:

В Челябинское УФАС России поступило заявление Территориального отдела по району Металлургического завода Администрации Златоустовского городского округа Челябинской области (далее – Территориальный отдел) о распространении рекламы со сведениями: «Разливное пиво и рыба» на фасаде здания по адресу: г. Златоуст, Северо-запад, 1 квартал, д. 2 «А», в котором расположен магазин «Guten Tag».

Совместно с обращением Территориальным отделом представлены фотоматериалы, из которых следует, что в г. Златоусте Челябинской области по указанному адресу со стороны входной группы в магазин с коммерческим обозначением «Guten Tag» размещены конструкции типа настенное панно прямоугольной формы со сведениями: «Разливное пиво и рыба GUTEN TAG...», «Все лучшее для дружной компании GUTEN TAG разливное пиво и рыба... АКЦИЯ», «МЫ ОТКРЫЛИСЬ... больше покупок – больше бонусов... низкие цены... разливное пиво и рыба... GUTEN TAG... большой выбор закусок...» по фасаду здания во всю высоту и на всю длину занимаемых нежилых помещений.

ИП Хисматулиным А. В. в материалы дела представлены документ и письменные пояснения следующего содержания.

Указанное лицо осуществляет торговую деятельность, в том числе по реализации алкогольной продукции (пива), по адресу: г. Златоуст, Северо-запад, 1 квартал, д. 2 «А» в торговом объекте с коммерческим обозначением «Guten Tag» на основании Договора аренды нежилого помещения от 03 июля 2018 года, заключенного с Индивидуальным предпринимателем Плечевой Галиной Николаевной.

Из пояснений следует, что спорные конструкции изготовлены на основании Договора подряда № 1 от 10 июля 2018 года, заключенного с физическим лицом <...>.

На заседании Комиссии представитель ИП Хисматулина А. В. пояснил, что содержание информации, размещенной на конструкциях, определено Предпринимателем самостоятельно, в настоящее время спорные конструкции демонтированы, в подтверждение чего представлены фотоматериалы.

С учетом того, что добровольно устранено нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, ИП Хисматулин А. В. в письменных пояснениях просит прекратить рассмотрения настоящего дела. Указанное ходатайство поддержано представителем Предпринимателя на заседании Комиссии. Рассмотрев материалы дела, заслушав пояснения представителя ИП Хисматулина А. В., Комиссия приходит к следующим выводам.

В г. Златоусте Челябинской области на фасаде здания, в котором расположен торговый объект с коммерческим обозначением «Guten Tag», в котором осуществляет свою деятельность ИП Хисматулин А. В., присутствуют сведения: «Разливное пиво и рыба GUTEN TAG...», «Все лучшее для дружной компании GUTEN TAG разливное пиво и рыба... АКЦИЯ», «МЫ ОТКРЫЛИСЬ... больше покупок – больше бонусов... низкие цены... разливное пиво и рыба... GUTEN TAG... большой выбор закусок...».

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе, реклама – это 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.

Под объектом рекламирования Закон о рекламе понимает 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.

Информация, размещенная в г. Златоусте на фасаде здания во всю высоту и на всю длину занимаемых ИП Хисматулиным А. В. нежилых помещений формирует и поддерживает интерес к торговому объекту с коммерческим обозначением «Guten Tag», в котором, в том числе осуществляется реализация алкогольной продукции (пиво). Размеры конструкций, содержание указанных надписей не отвечают признакам, предъявляемым к вывескам о раскрытии информации, необходимой потребителю. Конструкции не содержат информации, которая должна доводиться до потребителей, в том числе сведения о наименовании продавца, включая фирменное, месте его нахождения и режиме работы (статья 9 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей» от 07.02.92 № 2300-1).

Таким образом, данные конструкции являются рекламными, поскольку адресованы неопределенному кругу лиц и направлены на привлечение внимания к объектам рекламирования, формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке, следовательно, указанная информация является рекламой и, должна соответствовать требованиям рекламного законодательства.

В силу пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе, реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций).

В соответствии с частью 4 статьи 2 Закона о рекламе, специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или 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.

Внимание потребителей в рассматриваемой рекламе акцентируется на объекте рекламирования – магазине «Guten Tag», указывается на его ассортимент, в

частности «разливное пиво», «рыба», «большой выбор закусок».

Информация о магазине «Guten Tag» путем размещения лозунгов: «больше покупок – больше бонусов», «низкие цены», «большой выбор закусок», «все лучшее для дружной компании» и иные привлекает внимание и поддерживает интерес к указанному торговому объекту и реализуемому в нем товару, в том числе пиву и сопутствующей продукции – рыбе, закускам.

В соответствии с пунктом 7 статьи 2 Федерального закона № 171-ФЗ от 22.11.1995 «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.

Таким образом, пиво является алкогольной продукцией.

Наименование торгового объекта «Guten Tag» в совокупности со сведениями «Разливное пиво и рыба», «МЫ ОТКРЫЛИСЬ... больше покупок – больше бонусов... низкие цены... разливное пиво и рыба... большой выбор закусок...» позволяет индивидуализировать торговый объект как магазин, реализующий алкогольную продукцию.

Размещение рекламы продавца алкогольной продукции, в данном случае магазина «Guten Tag», на рекламных конструкциях по адресу: г. Златоуст, Северо-запад, 1 квартал, д. 2 «А», нарушает пункт 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе несет рекламораспространитель.

Согласно статье 3 Закона о рекламе, рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Из фотоматериалов, представленных Территориальным отделом, усматривается, что деятельность в торговом объекте «Guten Tag» осуществляет Индивидуальный предприниматель Хисматулин Антон Владимирович (далее – ИП Хисматулин А. В.), что не оспаривается последним.

Таким образом, рекламораспространителем указанной рекламы может являться ИП Хисматулин А. В., как лицо осуществляющее реализацию в торговом объекте «Guten Tag», со стороны входной группы которого размещена ненадлежащая реклама.

Рассмотрев ходатайство ИП Хисматулина А. В. о прекращении рассмотрения настоящего дела, ввиду добровольного устранения нарушения, Комиссией принято решение об отказе в его удовлетворении по следующим основаниям. В силу пункта 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе, пункта 43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508 (далее – Правила), пункта 3.59 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по

рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12 (далее – Регламент), при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения вправе выдать лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание. Пункт 47 Правил устанавливает, что при добровольном устранении лицом (лицами) совершенного нарушения антимонопольный орган вправе не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. В этом случае основания нецелесообразности выдачи предписания излагаются в мотивировочной части решения по делу.

В материалы дела ИП Хисматулиным А. В. представлены доказательства устранения нарушения, а именно фотоматериалы, свидетельствующие о демонтаже конструкций с рекламой продавца алкогольной продукции с фасада здания по адресу: г. Златоуст, Северо-запад, 1 квартал, д. 2 «А», в котором расположен торговый объект с коммерческим обозначением «Guten Tag», , в связи с чем Комиссия, на основании пункта 47 Правил, считает возможным не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 – 42, 47 Правил, пунктов 3.39 – 3.59 Регламента, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ИП Хисматулина А. В. нарушившим требования пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе при распространении на фасаде здания, расположенного по адресу: Челябинская область, г. Златоуст, Северо-запад, 1 квартал, д. 2 «А», рекламы продавца алкогольной продукции.

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ИП Хисматулину А. В. не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Челябинского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в отношении ИП Хисматулина А. В.

Решение изготовлено в полном объеме 25 октября 2018 года.

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