ФЕДЕРАЛЬНАЯ
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

УПРАВЛЕНИЕ

по Кировской области

ул. К.Либкнехта, 55, г. Киров, 610020

тел. (8332) 64-73-31, факс (8332) 64-96-26

e-mail: to43@fas.gov.ru

№

ИП <…>

Место осуществления деятельности:

<…>

Адрес регистрации:

<…>

РЕШЕНИЕ

по делу № 043/05/21-751/2019

г. Киров

Резолютивная часть решения оглашена 23 декабря 2019 года.

В полном объеме решение изготовлено 13 января 2020 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) в составе: председателя Комиссии – <…> – заместителя руководителя управления – начальника отдела товарных рынков и естественных монополий, <…> – главного специалиста-эксперта финансовых рынков и рекламы, Кировского УФАС России, <…> – специалиста 1 разряда отдела финансовых рынков и рекламы Кировского УФАС России,

в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ИП <…>;

рассмотрев дело № 043/05/21-751/2019, возбужденное по признакам нарушения

пункта 6 части 2 статьи 21, пункта 5 части 2 статьи 21, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе») по факту размещения у входа в магазин «Наш хмель», расположенный по адресу: <…>, информации следующего содержания: *«Наш хмель. Пивные радости каждый день», «55 сортов пенного»,*

УСТАНОВИЛА:

при осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства о рекламе в соответствии со статьей 33 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе») Кировским УФАС России были зафиксированы рекламные конструкции, размещенные около входа в пивной магазин «Наш хмель», расположенный по адресу: <…>, содержащие информацию: *«Наш хмель», «Пивные радости каждый день», «55 сортов пенного»*, которая содержит признаки нарушения Федерального закона «О рекламе» (акт фиксации рекламы от 11.11.2019).

Определением от 14.11.2019 года было возбуждено дело № 043/05/21-751/2019 в отношении ИП <…> по признакам нарушения пункта 6 части 2 статьи 21, пункта 5 части 2 статьи 21, части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе». Рассмотрение дела назначено на 05.12.2019 года.

Определением от 05.12.2019 года срок рассмотрения дела продлен до 14.02.2020 года, рассмотрение дела отложено на 23.12.2019 года в связи с необходимостью получения дополнительных документов и сведений для рассмотрения дела по существу.

На заседание комиссии, состоявшееся 23.12.2019 года, ответчик - ИП <…>, надлежащим образом извещенный о дате, времени и месте рассмотрения дела не явился, ходатайств не заявлял, представил запрашиваемые документы, направил представителя <…> по доверенности от 16.12.2019.

Представитель ответчика пояснил, что информация: «Наш хмель» не содержит рекламу алкогольной продукции, а является названием магазина. Надпись: «Пивные радости каждый день» является рекламой закусок и снеков, которые представлены в магазине «Наш хмель». Надпись «55 сортов пенного» является рекламой безалкогольных напитков, в том числе пива. Также представитель ответчика пояснил, что запрашиваемые документы (согласованные макет рекламы, копии договоров на создание и размещение рекламы) предоставить невозможно, в связи с тем, что они утеряны, подтвердил, что ИП <…> заказал изготовление спорной рекламы и разместил её у входа в магазин «Наш хмель», расположенный по адресу: <…>.

Комиссия Кировского УФАС России, рассмотрев материалы дела, пришла к следующим выводам.

Реклама в соответствии со статьей 3 Федерального закона «О рекламе» - 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 понимается товар, на привлечение внимания к

которому направлена реклама, товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

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» (далее – Федеральный закон ««О государственном регулировании алкогольной продукции») под алкогольной продукцией понимается 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 спиртные напитки (в том числе водка), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива.

В соответствии с п. 13.1 ст. 2 Федерального закона «О государственном регулировании алкогольной продукции», пиво - алкогольная продукция с содержанием этилового спирта, образовавшегося в процессе брожения пивного сусла, которая произведена из пивоваренного солода, хмеля и (или) полученных в результате переработки хмеля продуктов (хмелепродуктов), воды с использованием пивных дрожжей, без добавления этилового спирта, ароматических и вкусовых добавок.

Исходя из положений вышеуказанных норм права, пиво с содержанием этилового спирта более 0,5% объема готовой продукции относится к алкогольной продукции.

Информация следующего содержания: *«Пивные радости каждый день»*, *«55 сортов пенного»*, размещенная на стене у входа в магазин «Наш хмель», расположенный по адресу: <…> адресована неопределенному кругу лиц. Здание, в котором магазин «Наш хмель» осуществляет свою деятельность, располагается в <…>, имеющим высокий автомобильный и пешеходный трафик. Указанная информация расположена на стене дома и, таким образом, доступна для всех категорий населения, таким образом, является рекламой в соответствии с п. 1 ст. 3 Федерального закона «О рекламе».

Комиссия Кировского УФАС России находит несостоятельными доводы ответчика о том, что информация: «Пивные радости каждый день» является рекламой снеков. Комиссия пришла к выводу о том, что спорная информация является рекламой алкогольной продукции. Информация: *«Пивные радости каждый день»* вместе с информацией: *«55 сортов пенного»* ассоциируется у потребителя с тем, что широкий ассортимент пива («пенного») в магазине «Наш хмель» позволит приобретать новую алкогольную продукцию каждый день («Пивные радости каждый день»). Сочетание информации: *«Наш хмель», «Пивные радости каждый день», «55 сортов пенного»*, создает устойчивую ассоциацию с именно с алкогольной продукцией, а не с закусками (снеками) к пиву. Реклама направлена на привлечение внимания («Пивные радости каждый день») к объекту рекламирования (алкогольной продукции – пиву), и формированию интереса к ассортименту реализуемой продукции («55 сортов пенного»).

Определение спорной информации в качестве рекламы алкогольной продукции также подтверждается позицией членов Экспертного совета по применению рекламного законодательства при Кировском УФАС России. В состав Экспертного совета при Кировском УФАС России входят представители научных организаций, общественных организаций, экспертов и специалистов в области лингвистики, психологии, журналистики. Согласно единогласному мнению членов Экспертного совета по применению рекламного законодательства при Кировском УФАС России, высказанному на заседании 19.12.2019, информация: *«Пивные радости каждый день»*, *«55 сортов пенного»* является рекламой алкогольной продукции, а именно - пива. В частности, членами Экспертного совета было указано, что информация содержит привлекательные для потребителя фразы «пивные радости каждый день», «55 сортов пенного». Кроме того, использованные в оформлении картинки (пивные кружки, бутылки, слова «beer», «I love beer», бочонки) также формируют интерес к объекту рекламирования, которым является алкогольная продукция. Использованная в рекламе смысловая цепочка «наш хмель» - «пивные радости» - «55 сортов пенного» дает однозначное толкование о характере рекламируемого товара – пива. Данная позиция была озвучена с точки зрения восприятия рекламы в качестве потребителей и расценена как ненадлежащая.

Таким образом, информация: *«Пивные радости каждый день»*, *«55 сортов пенного»* является рекламой алкогольной продукции.

Согласно пункту 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», не допускается размещение рекламы алкогольной продукции 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.

Рассматриваемая рекламная информация: *«Пивные радости каждый день»*, *«55 сортов пенного»*, нарушает требования, установленные пунктом 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», поскольку размещена у входа в магазин «Наш хмель», расположенный по адресу: <…>, на прочно связанных со зданием рекламных конструкциях, не предназначенных для перемещения, монтаж/демонтаж рекламных конструкции без использования специальных машин или инструментов невозможен.

В соответствии с частью 3 статьи 21 Федеральный закон «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).

В вышеуказанной рекламе алкогольной продукции: *«Пивные радости каждый день»*, *«55 сортов пенного»* отсутствует предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкоголя, что является нарушением части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с пунктом 6 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться в детских, образовательных, медицинских, санаторно-курортных, оздоровительных, военных организациях, театрах, цирках, музеях, домах и дворцах культуры, концертных и

выставочных залах, библиотеках, лекториях, планетариях и на расстоянии ближе чем сто метров от занимаемых ими зданий, строений, сооружений.

Сотрудниками Кировского УФАС России зафиксирована реклама алкогольной продукции (акт фиксации рекламы от 11.11.2019), размещенная у входа в пивной магазин «Наш хмель», расположенный по адресу: <…>.

Кировское отделение КОГКУЗ «Слободской специализированный Дом ребенка» расположено по адресу: <…>.

Определение 100-метровой зоны от границ территорий образовательных организаций осуществляется в соответствии с кадастровым планом муниципального образования.

Согласно письму администрации муниципального образования «Город Киров» от 26.11.2019 №9240-02-13, по данным официального программного обеспечения ГИС ИнГЕО расстояние между границами земельных участков, на которых расположены здания по адресам <…> составляет 59 метров.

Таким образом, спорная информация, являющаяся рекламой алкогольной продукции, размещена на расстоянии ближе, чем сто метров от здания медицинского учреждения - Кировского отделения КОГКУЗ «Слободской специализированный Дом ребенка», что является нарушением требований пункта 6 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований пункта 5 части 2 статьи 21, пункта 6 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» несет рекламораспространитель, за нарушение требований части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» – рекламодатель и рекламораспространитель.

Согласно договору аренды недвижимости №С52 от 17.08.2019, заключенному между ИП <…> (Арендодатель) и <…> (Арендатор), последнему передано во временное пользование нежилое помещение, расположенное по адресу: Кировская область, г. Киров, <…>, кадастровый номер <…>, общей площадью 30 кв.м.

Согласно сведениям, представленным ИП <…>, в период с 01.11.2018 по 30.11.2019 в магазине «Наш хмель» реализовывалось пиво различных марок («Bruger», «Cranberry Pearł», Крым Нахимовское, Крым Светлое и др.), что подтверждает заинтересованность ИП <…> в распространении рекламы алкогольной продукции с целью продажи. На заседании Комиссии представитель ответчика не отрицал, что именно ИП <…> определил содержание рекламы и разместил её.

Учитывая изложенное, комиссия Кировского УФАС России приходит к выводу, что рекламораспространителем и рекламодателем спорной рекламы, исходя из понятия, установленного статьей 3 Федерального закона «О рекламе», является ИП <…>, который несет ответственность за нарушение требований пункта 5 части 2 статьи 21, пункта 6 части 2 статьи 21 и части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Порядок выдачи антимонопольным органом предписаний о прекращении нарушения требований законодательства Российской Федерации о рекламе

установлен Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508 (далее – Правила).

Согласно пункту 44 Правил при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу, обязанному устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Учитывая тот факт, что на момент принятия решения в материалах дела не содержится документального подтверждения устранения нарушения Федерального закона «О рекламе», комиссия решила выдать ИП <…> предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Комиссия считает необходимым передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении ИП <…>.

Руководствуясь статьями 1, 3, 21 и 38 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, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия Кировского УФАС России

Р Е Ш И Л А:

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: *«Пивные радости каждый день»*, *«55 сортов пенного»*, размещенную на стене у входа в магазин «Наш хмель», расположенный по адресу: <…>, так как она противоречит требованиям пункта 5 части 2 статьи 21, пункта 6 части 2 статьи 21, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 - ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ИП <…> (ИНН <…> ОГРН <…>) предписание об устранении нарушения законодательства Российской Федерации.

3. Передать материалы уполномоченному должностному лицу Кировского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении ИП <…> (ИНН <…> ОГРН <…>).

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

статьей 219 Кодекса административного судопроизводства Российской Федерации.

Председатель Комиссии <…>

Члены Комиссии <…>

<…>