

ИП <...>

<...>

<...>

Алтайский край

<...>

г. Бийск, 659305

Алтайский край

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №022/05/21-257/2022

Решение принято 5 июля 2022г.

Решение в полном объеме изготовлено 6 июля 2022г. г. Барнаул

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии:

<...> – заместитель руководителя управления,

члены Комиссии:

<...> – начальник отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

<...> – специалист-эксперт отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

рассмотрев дело №022/05/21-257/2022 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в г. Бийске рекламы алкогольной продукции магазина «Жажда», в которой усматриваются признаки нарушения п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»,

в отсутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, – ИП <...> (далее – ИП <...>),

УСТАНОВИЛА:

дело №022/05/21-257/2022 возбуждено по факту распространения в г. Бийске по адресу: ул. Васильева, д.42, слева от входа в магазин «Жажда» баннера с рекламой алкогольной продукции.

Антимонопольным органом установлено, что на сайте <https://2gis.ru/biysk> в описании к магазину «Жажда» в разделе «контакты» указан номер +7 <...>, который принадлежит номерной ёмкости ПАО «Мегафон» (Алтайский край).

По информации ПАО «Мегафон», абонентский номер +7 <...> выделен <...> на основании договора на оказания услуг связи от 03.08.2011г.

В едином государственном реестре индивидуальных предпринимателей содержится единственная запись об ИП <...>, зарегистрированной в качестве индивидуального предпринимателя Межрайонной инспекцией Федеральной налоговой службой №16 по Алтайскому краю 02.03.2021г. и осуществляющей деятельность по торговле розничной напитками в специализированных магазинах.

Из совокупности полученных доказательств следует, что предпринимательскую деятельность в магазине «Жажда» по адресу: г. Бийск, ул. Васильева, д.42, осуществляет ИП <...>.

Таким образом, лицом, в действиях которого усматриваются признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, признана ИП <...>. Рассмотрение дела назначено на 18.05.2022г.

18.05.2022г. и 07.06.2022г. надлежащим образом извещенная ИП <...> на рассмотрение дела не явилась, документы и материалы, связанные с распространением рассматриваемой рекламой, в антимонопольный орган не представила, в связи с чем, рассмотрение дела Комиссией отложено до 05.07.2022г.

Согласно п.31 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, дело рассматривается антимонопольным органом в течение одного месяца со дня вынесения определения о назначении дела к рассмотрению. В исключительных случаях, связанных с необходимостью получения антимонопольным органом дополнительной информации, указанный срок рассмотрения дела может быть продлен антимонопольным органом, но не более чем на 2 месяца.

05.07.2022г. ИП<...> на заседание Комиссии явку не обеспечила. Определение об отложении рассмотрения дела от 07.06.2022г. адресатом не получено. На сайте Почты России имеются сведения, что почтовое отправление с идентификатором <...> с 10.06.2022г. ожидает адресата в месте вручения.

Однако, согласно статье 165.1 Гражданского кодекса Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ 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. 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.

На основании изложенного и с учетом того, что антимонопольным органом предприняты все возможные попытки уведомить ИП<...> о дате, времени и месте рассмотрения дела, Комиссией принято решение о рассмотрении дела в отсутствие ИП <...>.

05.07.2022г. Комиссия, изучив материалы дела и исследовав доказательства по делу, пришла к следующим выводам.

Согласно материалам дела, 18.11.2021г. Алтайским краевым УФАС России выявлен факт распространения на фасаде здания по адресу: г. Бийск, ул. Васильева, д.42, слева от входа в магазин «Жажда» баннера с рекламой: «Барнаульское Томское Красногорское Большой выбор: Напитки 50 сортов, светлое, темное, традиционное, закуски, рыбка, снеки»; «БОЧКОВОЕ». Рекламный баннер сопровождается изображениями, в том числе банок, бутылок и кружек с пенным напитком.

В рассматриваемой рекламе содержится информация: «Барнаульское Томское Красногорское», «Бочковое», что указывает на реализацию в магазине разливных напитков «Жажда» алкогольной продукции (пива) марок – барнаульское и бочковое пиво от ОАО «Барнаульский пивоваренный завод»; томское пиво от ОАО «Томское пиво»; красногорское пиво от ООО «Красногорское».

В соответствии со ст.3 Федерального 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 и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно п.2 ст.3 Федерального закона «О рекламе» объект рекламирования – 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 ч.4 ст.2 Федерального закона «О рекламе», специальные требования и ограничения, установленные 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 Федеральным законом «О рекламе» установлены специальные требования и ограничения.

В соответствии с п.7 ст.2 Федерального закона от 22.11.1995 N 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции», пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, относятся к алкогольной продукции.

В силу ст.2 Федерального закона от 22.11.1995 N 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» алкогольная продукция - это 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.

В рассматриваемой рекламе содержится информация: «Барнаульское Томское Красногорское», «Бочковое», что указывает на реализацию в магазине разливных напитков «Жажда» алкогольной продукции (пива) марок – барнаульское и бочковое пиво от ОАО «Барнаульский пивоваренный завод»; томское пиво от ОАО «Томское пиво»; красногорское пиво от ООО «Красногорское».

Указанная выше информация направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц, формирование интереса, как к продавцу товара (магазин «Жажда»), так и к реализуемой продукции (пиво марок барнаульское, томское, красногорское, бочковое), что способствует увеличению объема продаж в данном магазине, следовательно, является рекламной.

В соответствии с п.5 ч.2 ст. 21 Федерального закона «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 их.

В соответствии с Письмом ФАС России №АК/76734/18 от 24.09.2018г. «О применении статьи 21 Федерального закона «О рекламе», указание сведений, формирующих интерес к пиву, как напитку, в рекламе, объектом рекламирования которой выступает продавец товаров, позволяет сделать однозначный вывод о том, что объектом рекламирования выступает деятельность такого лица по продаже алкогольной продукции, представляющей собой пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива.

Действие рекламы алкогольной продукции направлено на неограниченное количество лиц, в том числе на тех, кто не является потребителями такой продукции (например, несовершеннолетние), поскольку размещение рекламы алкогольной продукции посредством рекламной конструкции, то есть способом, обеспечивающим ее свободное восприятие, делает такую рекламу доступной для этих лиц.

Комиссия антимонопольного органа, проанализировав представленные материалы, текст рассматриваемой рекламы и способ ее распространения приходит к выводу, что реклама: «Барнаульское Томское Красногорское Большой выбор: Напитки 50 сортов, светлое, темное, традиционное, закуски, рыбка, снеки»; «БОЧКОВОЕ», размещенная слева от входа в магазин «Жажда» по адресу: г. Бийск, ул. Васильева, д.42, распространена с нарушением п.5 ч.2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе», поскольку реклама алкогольной продукции с использованием рекламных конструкций не допускается.

В соответствии с п.4 ст.3 Федерального закона «О рекламе», ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно ст.38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе» - рекламораспространитель.

В соответствии с материалами дела, рекламораспространителем рассматриваемой рекламы алкогольной продукции магазина «Жажда» в г. Бийске является ИП <...>.

В соответствии с п.1 ч.2 ст.33 Федерального закона «О рекламе», антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям, операторам рекламных систем обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Согласно п.49 Правил, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Доказательств, свидетельствующих о прекращении распространения рассматриваемой рекламы с нарушением п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе» указанным способом, в материалы дела не представлено.

На основании изложенного и руководствуясь п.1 ч.2 ст.33, ч.1 ст.36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пп.42-47, п.49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу: «Барнаульское Томское Красногорское Большой выбор: Напитки 50 сортов, светлое, темное, традиционное, закуски, рыбка, снеки»; «БОЧКОВОЕ», распространенную по адресу: г. Бийск, ул. Васильева, д.42, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».
2. Вынести ИП <...> предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Алтайского краевого УФАС России, для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном ст.14.3 КоАП РФ.

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

<...>