

**ФЕДЕРАЛЬНАЯ  
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА**

физическое лицо

**УПРАВЛЕНИЕ  
по Кировской области**

ООО «Гротеск»

<...>

ул. К.Либкнехта, 55, г. Киров, 610020

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

e-mail: to43@fas.gov.ru

№

на №

от

**РЕШЕНИЕ**

**по делу № 043/05/21-256/2019**

**г. Киров**

Резолютивная часть решения оглашена 09 октября 2019 года.

В полном объеме решение изготовлено 22 октября 2019 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) в составе: <...> в отсутствие заявителя – физического лица;

в отсутствие лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «Гротеск»;

рассмотрев дело № 043/05/21-256/2019, 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 <...>, расположенный по адресу: г. Киров, <...>, информации следующего содержания: *«В продаже свежее, разливное, пенное», «Любые напитки ночью»,*

#### **УСТАНОВИЛА:**

в Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области, поступило заявление физического лица (вх. №4347 от 03.07.2019) о нарушении рекламного законодательства по факту размещения рекламы алкогольной продукции у входа в магазин <...>, расположенный по адресу: г. Киров, <...>. В ходе рассмотрения заявления Кировским УФАС зафиксировано размещение по указанному адресу информации следующего содержания: *«В продаже свежее, разливное, пенное», «Любые напитки ночью»* (акт фиксации рекламы от 08.07.2019).

Определением от 10 июля 2019 года было возбуждено дело № 043/05/21-256/2019 в отношении ООО «Гротеск» 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 31 июля 2019 года.

Определением от 31 июля 2019 года срок рассмотрения дела продлен до 10 октября 2019 года, рассмотрение дела отложено на 12 сентября 2019 года в связи с необходимостью получения дополнительных материалов и сведений, необходимых для рассмотрения дела по существу и надлежащего уведомления лиц, участвующих в деле, о дате, времени и месте рассмотрения дела.

Определением от 12 сентября 2019 года рассмотрение дела отложено на 10 октября 2019 года в связи с удовлетворением Комиссией ходатайства ООО «Гротеск» об отложении дела.

На заседание комиссии, состоявшееся 10 октября 2019 года, ответчик - ООО «Гротеск», надлежащим образом извещенный о дате, времени и месте рассмотрения дела, представителя не направил, ходатайств не заявлял, представил запрашиваемые документы.

Заявитель – физическое лицо, извещенный о дате, времени и месте рассмотрения дела, представителя не направил, ходатайств не заявлял.

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: *«В продаже свежее, разливное, пенное»*, *«Любые напитки ночью»*, размещенная на стене у входа в магазин <...>, расположенный по адресу: г. Киров, <...>, адресована неопределенному кругу лиц. Здание, в котором магазин <...> осуществляет свою деятельность, располагается в г. Кирове на пересечении улицы <...>, имеющим высокий автомобильный и пешеходный трафик. Указанная информация доступна для всех категорий

населения, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (алкогольной продукции – пиву), и поддержание интереса к товару (свежее, разливное, пенное).

Таким образом, информация: «*В продаже свежее, разливное, пенное*», «*Любые напитки ночью*» содержит признаки рекламы, перечисленные в ст. 3 Федерального закона «О рекламе», соответственно, такая информация признается рекламой алкогольной продукции.

В письменных пояснениях ответчик не признает нарушения Федерального закона «О рекламе», разъясняет, что на момент фиксации рекламной информации, сотрудники организации, размещающей рекламную информацию, не успели изготовить надпись «кроме алкогольных» под информацией «*В продаже свежее, разливное, пенное*», «*Любые напитки ночью*». Ответчик также поясняет, что на момент демонтажа рекламной конструкции под информацией «*В продаже свежее, разливное, пенное*», «*Любые напитки ночью*» была нанесена надпись «кроме алкогольных», вместе с тем доказательств, подтверждающих данный факт, ответчиком не представлено.

Статья 1 Федерального закона «О рекламе» устанавливает реализацию права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

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: «*В продаже свежее, разливное, пенное*», «*Любые напитки ночью*», нарушает требования, установленные п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе», поскольку размещена на стене здания, у входа в магазин <...>, расположенный по адресу: г. Киров, <...>, прочно связана со зданием и не предназначена для перемещения, а монтаж/демонтаж конструкции без использования специальных машин или инструментов невозможен.

Согласно документам, представленным в материалах дела, рекламная информация «*В продаже свежее, разливное, пенное*», «*Любые напитки ночью*» размещена на фасаде у входа в магазин <...> по акту оказания услуг №24 от 25 февраля 2019 г, заказчиком по которому является ООО «Гротеск».

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: «*В продаже свежее, разливное, пенное*», «*Любые напитки ночью*» отсутствует предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкоголя, что является нарушением ч. 3 ст. 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 08.07.2019), размещенная у входа в магазин <...>, расположенный по адресу: г. Киров, <...>.

Детское учреждение МКДОУ <...> расположено по адресу:  
г. Киров, <...>.

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 22.08.2019 №6385-02-13, по данным официального программного обеспечения ГИС ИнГЕО расстояние между границами земельных участков, на которых расположены здания по адресам <...> в разных точках составляет 59,8 и 68,5 метров.

Таким образом, спорная информация, являющаяся рекламой алкогольной продукции размещена на расстоянии ближе, чем сто метров от здания детского учреждения - МКДОУ <...>, 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 рекламодатель, за нарушение требований части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» – рекламодатель и рекламодатель.

Согласно договору аренды нежилого помещения от 01.12.2018 № б/н, заключенному между ИП <...> (Арендодатель) и ООО «Гротекс» в лице директора <...> (Арендатор), последнему передано во временное пользование нежилое помещение, расположенное по адресу: <...>. для использования в качестве предприятия общественного питания.

Согласно товарно-транспортным накладным от 03.04.2019, 23.04.2019, 25.04.2019 и копии меню, представленным в деле, ООО «Гротекс» реализовывало по адресу: г. Киров, <...>, различную алкогольную продукцию (пиво, виски), что подтверждает заинтересованность ООО «Гротекс» в распространении рекламы алкогольной продукции с целью продажи.

Учитывая изложенное, комиссия Кировского УФАС России приходит к выводу, что рекламодателем и рекламодателем спорной рекламы, исходя из понятия, установленного статьей 3 Федерального закона «О рекламе», является ООО «Гротекс», которое 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 содержится документальное подтверждение устранения нарушения Федерального закона «О рекламе» (письмо МКУ «Городская реклама» от 11.09.2019 №1539), комиссия решила не выдавать ООО «Гротеск» 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 ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении ООО «Гротеск», а также в отношении должностного лица ООО «Гротеск».

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

## **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: «*В продаже свежее, разливное, пенное*», «*Любые напитки ночью*», размещенную на стене у входа в магазин <...>, расположенный по адресу: г. Киров, <...>, 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. Предписание об устранении нарушения законодательства Российской Федерации

Федерации о рекламе ООО «Гротекс» (<...>) не выдавать.

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 ООО «Гротекс» (<...>) и его должностного лица.

*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

<...>

>

<...>