

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) в составе: председателя Комиссии – <...>, членов комиссии: <...>, <...>,

в присутствии от лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе: <...> – представителя ИП <...> (далее – ИП <...> по доверенности № б/н от <...>);

рассмотрев материалы дела № 043/05/21-755/2020, возбужденного по признакам нарушения пункта 6 части 2 статьи 21, пункта 5 части 2 статьи 21, части 3 статьи 21, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе») по факту размещения информации: «*Пивные радости каждый день*», «*59р за литр*» на рекламных конструкциях, закрепленных на внешних стенах магазина <...>, расположенного по адресу: г. Киров, ул. <...>, а также по факту размещения информации: «*59р за литр*» на рекламной конструкции, закрепленной на ограждении напротив входа в магазин: <...>, расположенный по адресу: г. Киров <...>,

#### УСТАНОВИЛА:

при осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе в соответствии со статьей 33 Федерального закона «О рекламе» Кировским УФАС России была зафиксирована рекламная информация: «*Пивные радости каждый день*», «*59р за литр*» размещенная на рекламных конструкциях, закрепленных на внешних стенах магазина <...>, расположенного по адресу: г. Киров, ул. <...> (акт фиксации от 16.07.2020), а также информация: «*59р за литр*» размещенная на рекламной конструкции, закрепленной на ограждении напротив входа в магазин: <...>, расположенный по адресу: г. Киров, <...> (акт фиксации от 23.07.2020; акт фиксации от 12.08.2020).

Определением от 17.08.2020 г. возбуждено дело № 043/05/21-755/2020 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 15.09.2020 года.

Определением от 15.09.2020 г. срок рассмотрения дела продлен до 17.11.2020 года, рассмотрение дела отложено в связи с необходимостью вменения дополнительной квалификации по части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» в отношении ИП <...>, а также получения дополнительных документов и сведений для рассмотрения дела по существу. Рассмотрение дела назначено на 29.09.2020 г.

Определением от 29.09.2020 рассмотрение дела отложено в связи с необходимостью получения от ИП <...> дополнительных документов и сведений. Рассмотрение дела назначено на 09.11.2020.

На заседание комиссии, состоявшееся 09.11.2020 г. в 11 часов 00 минут, ответчик - ИП <...>, надлежащим образом извещенный о дате, времени и месте рассмотрения дела не явился, ходатайств не заявлял, представил запрашиваемые документы, направил <...>. – представителя по доверенности №

б/н от <...>.

Представитель ответчика пояснил свою позицию, ранее представленную в письменном виде <...>, которая заключается в том, что информация: «59р за литр», размещенная на рекламной конструкции, закрепленной на внешней стене магазина <...>, расположенного по адресу: г. Киров, <...>, а также размещенная на рекламной конструкции, закрепленной на ограждении напротив входа в пивной магазин <...>, расположенный по адресу: г. Киров, <...> не является рекламой алкогольной продукции, а носит характер добросовестной рекламы безалкогольных напитков (кваса, лимонада). По мнению представителя ответчика, в рекламе отсутствует информация об отнесении ее к безалкогольным напиткам с целью сохранения читаемости рекламы.

Согласно письменным пояснениям <...>, ответчик не осуществляет предпринимательскую деятельность по адресу: г. Киров, <...> с <...> 2020 г., что по мнению ответчика, подтверждает отсутствие в его действиях нарушение требований, установленных Федеральным законом «О рекламе».

Комиссия Кировского УФАС России, выслушав позицию представителя ответчика, рассмотрев материалы дела, пришла к следующим выводам.

На основании пункта 1 статьи 3 Федерального 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, в силу пункта 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» подразумевается 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: «*Пивные радости каждый день*», «59р за литр» содержит все юридически значимые признаки рекламы, а именно: распространена посредством размещения рекламных конструкций на внешних стенах пивного магазина <...>, расположенного по адресу: г. Киров, <...>, информация: «59р за литр» также размещена на рекламной конструкции, закрепленной на ограждении, напротив входа в пивной магазин <...>, расположенный по адресу: <...>; адресована неопределенному кругу лиц, т.е. тем лицам, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации (пешеходы, водители транспортных средств, пассажиры общественного транспорта, так как информация распространяется в непосредственной близости от пешеходной и проезжей частей дороги); направлена на формирование интереса и привлечение внимания потребителя к объекту рекламирования, который был определен Комиссией как реализуемая пивным магазином <...> алкогольная продукция (пиво) на основании следующего.

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 Федерального закона «О государственном регулировании алкогольной продукции», пиво с содержанием этилового спирта более 0,5% объема готовой продукции является алкогольной продукцией.

Информация следующего содержания: *«Пивные радости каждый день», «59р за литр»* содержит графические изображения емкостей с пенным напитком (бочонка, бутылки, слово: «BEER», словосочетание: «I ♥ BEER».

Комиссией установлено, что вышеуказанная информация с учетом способа и места ее размещения, ассоциируется у потребителей исключительно с алкогольной продукцией (пиво), реализуемой индивидуальным предпринимателем.

Кроме того, согласно разъяснениям Президиума ВАС РФ в пункте 16 информационного письма от 25.12.1998 N 37, информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Также Комиссией установлено, что в магазине <...>, расположенном по адресу: г. Киров, <...>, реализуется пиво с содержанием этилового спирта более 0,5% объема готовой продукции, в частности по цене 59 рублей за литр, что подтверждается актом фиксации рекламы от 12.08.2020 и актом фиксации сайта vk.com/<...> от <...>. Данный факт свидетельствует о предложении в рекламе алкогольной продукции (пива) по цене 59 рублей за литр.

На основании вышеизложенного, информация: *«Пивные радости каждый день», «59р за литр»* является рекламой, объектом рекламирования является алкогольная продукция (пиво), следовательно, рассматриваемая реклама должна соответствовать требованиям, установленным Федеральным законом «О рекламе».

С учетом имеющихся в материалах дела документов довод ИП <...> об отнесении рекламы: *«59р за литр»* к рекламе безалкогольной продукции является

необоснованным.

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.

Реклама алкогольной продукции: *«Пивные радости каждый день»*, *«59р за литр»*, размещенная с использованием настенных рекламных щитов, закрепленных на внешних стенах пивного магазина <...>, расположенного по адресу: г. Киров, <...>, а также реклама алкогольной продукции: <...>, размещенная на конструкции, закрепленной на ограждении напротив входа в пивной магазин <...>, расположенный по адресу: г. Киров, <...> нарушает требования, установленные пунктом 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», поскольку размещена с использованием рекламных конструкций стабильного территориального размещения, монтаж и демонтаж которых без использования специальных технических средств (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 соответствии с частью 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов.

Таким образом, реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов, которая должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления.

В вышеуказанной рекламе алкогольной продукции: *«Пивные радости каждый день»*, *«59р за литр»*, 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 16.07.2020), размещенная у входа в пивной

магазин <...>, расположенный по адресу: г. Киров, <...>.

Кировское областное государственное бюджетное учреждение здравоохранения <...> расположен по адресу: г. Киров, <...>.

Муниципальное дошкольное образовательное учреждение <...> расположен по адресу: г. Киров, <...>.

Общество с ограниченной ответственностью медицинский центр <...> имеющий действующую лицензию № ЛО-<...> от <...> на осуществление медицинской деятельности расположен по адресу: г. Киров, <...>

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

Согласно информации, изложенной в письме Администрации муниципального образования «Город Киров» № <...> от <...>, по данным официального программного обеспечения ГИС ИнГЕО расстояние между магазином <...>, расположенным по адресу: г. Киров, <...> и Кировским областным государственным бюджетным учреждением здравоохранения <...> расположенным по адресу: г. Киров, <...> составляет 90 метров. В свою очередь, расстояние между магазином <...>, расположенным по вышеуказанному адресу и муниципальным дошкольным образовательным учреждением <...> расположенным по адресу: г. Киров, <...> составляет 83 метра.

Письмом № <...> от <...> <...> Администрация муниципального образования «Город Киров» представила информацию, согласно которой расстояние между пивным магазином «Наш хмель», расположенным по адресу: г. Киров, ул. профсоюзная, д. 38 и обществом с ограниченной ответственностью медицинский центр <...>, расположенным по адресу: г. Киров, <...> составляет 17,6 метра.

Таким образом, реклама алкогольной продукции: *«Пивные радости каждый день»*, *«59р за литр»* размещенная на рекламных конструкциях, закрепленных на внешних стенах пивного магазина <...>, расположенного по адресу: г. Киров, <...>, распространяется с нарушением пункта 6 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Оценив имеющиеся в материалах дела документы, Комиссия считает, что рассматриваемая информация не содержит факта нарушения части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», следовательно, производство по делу в данной части подлежит прекращению.

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 рекламодатель и рекламодатель.

Согласно пункту 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу пункта 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель – это лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно сведениям, представленным <...>, в период с <...> по <...> в магазине <...>, расположенном по адресу: г. Киров, <...> реализовывалось пиво различных марок («Жигулевское», «Медведевское», а также <...> и «Чешское ледяное» по цене 59 рублей за литр), что подтверждает заинтересованность <...> в распространении рекламы алкогольной продукции с целью продажи.

На заседании Комиссии представитель ответчика не отрицал, что именно ИП <...> определил содержание рекламы: «59р за литр» и разместил её по адресу: г. Киров, <...>, что также подтверждается счетом на оплату № <...> от <...>, актом № <...> от <...>, платежным поручением № <...> от <...> и письменными пояснениями ответчика (вх. № <...> от <...>).

Согласно договору аренды нежилого помещения № <...> от <...>, заключенному между ИП <...> (Субарендодатель) и ИП <...> (Субарендатор), последнему передана во временное владение и пользование часть нежилого помещения, находящегося по адресу: Кировская область, г. Киров, <...>, общей площадью <...> квадратных метров (в том числе торговый зал <...> квадратных метров).

На основании анализа договора аренды нежилого помещения № <...> от <...> Комиссией установлено, что в период до <...> ИП <...> занимал вышеуказанное нежилое помещение с целью осуществления предпринимательской деятельности по реализации алкогольной продукции (пива), имел право на размещение рекламы и распространял рекламу: «Пивные радости каждый день», «59р за литр» на внешних стенах магазина <...>, расположенного по адресу: г. Киров, <...>, что также подтверждается письменными пояснениями ответчика (№ <...> от <...>).

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

На основании анализа договора аренды недвижимости № <...> от <...> Комиссией установлено, что ИП <...> (ИНН: <...>; ОГРНИП: <...>) осуществляет предпринимательскую деятельность по реализации алкогольной продукции по адресу: г. Киров, <...>, имеет право на размещение рекламы и распространяет рекламу: «59р за литр» с июля по настоящее время, что подтверждается пояснениями ответчика (вх. № <...> от <...>).

Учитывая изложенное, комиссия Кировского УФАС России приходит к выводу, что рекламодателем и рекламодателем спорной рекламы, исходя из понятия, установленного пунктами 5, 7 статьи 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.

В материалах дела имеются документально подтвержденные сведения о том, что рекламные конструкции, закрепленные на внешних стенах здания, расположенного по адресу: г. Киров, <...>, содержащие информацию: «*Пивные радости каждый день*», «*59р за литр*» на момент принятия Комиссией решения демонтированы (вх. № <...> от <...>).

Учитывая тот факт, что на момент принятия решения в материалах дела не содержится документального подтверждения устранения нарушения Федерального закона «О рекламе» по адресу: г. Киров, <...>, Комиссия решила выдать ИП <...> предписание об устранении нарушения рекламного законодательства Российской Федерации.

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 3, 21, 33 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