

РЕШЕНИЕ:

по делу № 043/05/21-919/2022

Резолютивная часть решения оглашена 21 марта 2022 года

В полном объеме решение изготовлено 04 апреля 2022 года

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

Председателя Комиссии:

<...> – заместителя руководителя Управления – начальника отдела товарных рынков и естественных монополий Кировского УФАС России,

Членов Комиссии:

<...> – начальника отдела финансовых рынков и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области,

<...> – специалиста 1 разряда отдела финансовых рынков и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области,

рассмотрев материалы дела № 043/05/21-919/2022, возбужденного по признакам нарушения пункта 4 части 3 статьи 5, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» в отношении индивидуального предпринимателя <...> (ИНН: <...>; ОГРНИП: <...>; адрес регистрации: 610050, г. Киров, ул. <...>, д. <...>, кв. <...>), индивидуального предпринимателя <...> (ИНН: <...>; ОГРНИП: <...>; адрес регистрации: 610002, г. Киров, ул. <...>, д. <...>, кв. <...>)) по факту нарушения рекламного законодательства Российской Федерации по факту размещения информации: *«Свежие разливные напитки по честным ценам!» «Акция! 59 руб. за литр», «Попробуй разное: светлое, бархатное, безалкогольное* свежие разливные напитки по честным ценам!!!* широкий ассортимент, богатый выбор»* с изображением хмельных шишек и пивного бочонка размещенной на декоративной пленке, расположенной на окне у входа в магазин «BEER TIME» по адресу: г. Киров, ул. <...>, д. <...>,

в отсутствие:

- лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства РФ - индивидуального предпринимателя <...> (далее – ИП <...>);

- лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства РФ - индивидуального предпринимателя <...> (далее – ИП <...>),

УСТАНОВИЛА:

в Кировское УФАС России поступило заявление физического лица от 22.09.2022 № б/н, направленное из Приемной Президента Российской Федерации в Кировской области письмом № А26-12-1342 от 23.09.2022 (вх. № 5725 от 26.09.2022) и дополнение к заявлению от 25.10.2021 б/н (вх. № 6351 от 25.10.2022), по вопросу нарушения, по мнению заявителя, рекламного законодательства Российской Федерации по факту размещения информации: *«BEER TIME* фирменный магазин», «Акция! 59 руб. за литр», «Попробуй разное: светлое, бархатное, безалкогольное* свежие разливные напитки по честным ценам!!!* широкий ассортимент, богатый выбор»* с изображением хмельных шишек и пивного бочонка на рекламных конструкциях по адресу: г. Киров, ул. <...>, д. <...>, у входа в магазин «BEER TIME».

В рамках рассмотрения заявления физического лица сотрудниками Кировского УФАС России был осуществлен выезд по адресу: г. Киров, ул. <...>, д. <...> (акт фиксации от 28.09.2022). Установлено, что на дверях магазина «BEER TIME» по вышеуказанному адресу указаны реквизиты ИП <...> (ИНН: <...>; ОГРНИП: <...>). В связи с чем, в отношении данного лица было возбуждено дело по признакам нарушения п. 4 ч. 3 ст. 5, ч. 3 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (определение о возбуждении дела № 043/05/21-919/2022 от 25.10.2022). Рассмотрение дела первоначально было назначено на 24.11.2022.

В ходе рассмотрения дела было установлено, что хозяйственную деятельность в магазине «BEER TIME» по адресу: г. Киров, ул. <...>, д. <...> осуществляет ИП <...>, что подтверждается кассовым чеком от 29.10.2022 о приобретении продукции в магазине «BEER TIME» по вышеуказанному адресу.

В связи с чем, определением от 24.11.2022 в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства РФ, была привлечена ИП Багаева И.Ю.

В целях полного и всестороннего исследования обстоятельств рассмотрение дела неоднократно откладывалось (определения от 10.01.2023, от 25.01.2023). Определением от 25.01.2023 рассмотрение дела было назначено на 14.03.2023 на 10 часов 30 минут. На заседании Комиссии 14.03.2023 присутствовала ИП <...>, которая указала, что рассматриваемая информация не является рекламой пива, а является рекламой кваса. Помимо этого, ИП <...> пояснила, что рассматриваемую рекламную конструкцию не размещала, спорная рекламная информация не имеет отношения к магазину «BEER TIME», а относится к иным торговым объектам, расположенным по вышеуказанному адресу.

На заседании Комиссии 14.03.2023 был объявлен перерыв. Рассмотрение дела было назначено на 21 марта 2023 года в 13 часов 30 минут.

ИП <...> на заседание Комиссии не явилась, ходатайств не заявляла.

Исследовав имеющиеся в материалах дела документы и сведения, Комиссия Кировского УФАС России пришла к следующим выводам.

В соответствии с положениями, установленными п. 1 ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»), реклама – 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», объект рекламирования – это 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 пунктом 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Под рекламодателем в соответствии с пунктом 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» понимается изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Под рекламодателем в соответствии с пунктом 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» понимается лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Из представленных заявителем документов и сведений следует, что на фасаде здания по адресу: Кировская область, г. Киров, ул. <...>, д. <...> расположена вывеска: «*BEER TIME фирменный магазин*». На декоративной пленке, размещенной на окне у входа в магазин «BEER TIME» размещена информация следующего содержания: «*Свежие разливные напитки по честным ценам!*» «*Акция! 59 руб. за литр*», «*Попробуй разное: светлое, бархатное, безалкогольное* свежие разливные напитки по честным ценам!!!* широкий ассортимент, богатый выбор*».

Информация: «*Свежие разливные напитки по честным ценам!*» «*Акция! 59 руб. за литр*», «*Попробуй разное: светлое, бархатное, безалкогольное* свежие разливные напитки по честным ценам!!!* широкий ассортимент, богатый выбор*» обладает всеми юридически значимыми признаками рекламы, а именно:

- распространена с использованием декоративной пленки;
- адресована неопределенному кругу лиц (пешеходам, пассажирам общественного транспорта, водителям транспортных средств), поскольку распространяется в непосредственной близости от пешеходной и проезжей частей дороги;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – реализуемым в магазине «BEER TIME» товарам (пиву), способствует формированию интереса к объектам рекламирования, в том числе посредством предложения привлекательной для потребителя акции (59 руб. за литр) и большого ассортимента реализуемой продукции («Попробуй разное: светлое, бархатное, безалкогольное, «широкий ассортимент», «богатый выбор»).

Таким образом, вышеуказанная информация содержит все признаки рекламы, перечисленные в п. 1 ст. 3 Федерального закона «О рекламе», является рекламой и на такую информацию, а также на порядок ее размещения распространяются

положения Федерального закона «О рекламе».

Комиссией было установлено, что на дверях магазина «BEER TIME» по вышеуказанному адресу указаны реквизиты ИП <...> (акт фиксации от 28.09.2022).

Письмами от 15.11.2022 (вх. № 6805 от 15.11.2022) и от 20.02.2023 (вх. № 897 от 20.02.2023) <...> сообщила, что к помещению магазин «BEER TIME» по адресу: г. Киров, ул. <...>, д. 11 она отношения не имеет, рассматриваемую рекламную информацию не размещала. Кроме того, указанными письмами <...> сообщила, что она прекратила свою деятельность в качестве индивидуального предпринимателя 30.06.2022.

В ходе рассмотрения дела было установлено, что хозяйственную деятельность в магазине «BEER TIME» по адресу: г. Киров, ул. <...>, д. <...> осуществляет ИП <...>, что подтверждается кассовым чеком от 29.10.2022 (о приобретении продукции в магазине «BEER TIME» по вышеуказанному адресу).

Письмом б/д б/н (вх. № 7544 от 19.12.2022) ИП <...> представила договор субаренды нежилого помещения под продовольственный отдел от 01.06.2022 г., заключенный между ООО «Снек тайм» и ИП <...>. Согласно п. 1.1. указанного договора ООО «Снек тайм» обязуется представить торговую площадь ИП <...> с целью использования под продовольственный отдел, площадь 50 кв.м., находящуюся в здании по адресу: г. Киров, ул. <...>, д. <...>. Указанный договор действует с 12 апреля 2022 года.

Таким образом, из имеющихся в деле документов и сведений следует, что на момент фиксации спорной рекламной информации (28.09.2022) в указанном помещении хозяйственную деятельность осуществляла ИП <...>.

Согласно пункту 4 части 3 статьи 5 Федеральный закон «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

Заявитель сообщил, что информация следующего содержания: «Акция! 59 руб. за литр», является недостоверной, в указанном магазине не реализуется товар (пиво) по данной цене, что вводит потребителей в заблуждение.

Определениями от 10.01.2023, от 25.01.2023 у ИП <...> запрашивалось, в том числе документальное подтверждение достоверности представленных в рекламной информации сведений, а именно: «Акция! 59 руб. за литр» (товарные накладные, счета-фактуры, сертификаты качества и т.д.) на дату фиксации рекламы – 28.09.2022; а также перечень реализуемой алкогольной продукции в магазине «BEER TIME», расположенном в г. Кирове по адресу: ул. <...>, д. <...>, с указанием стоимости продукции (с приложением подтверждающих документов (товарных накладных, счетов-фактур, сертификатов качества и т.д.) на дату фиксации рекламы – 28.09.2022.

Письмом от 13.03.2023 (вх. № 1390 от 14.03.2023) ИП <...> были представлены ассортиментный перечень магазина по адресу: г. Киров, ул. <...>, д. <...>, который содержит, в том числе пиво разливное и пиво бутылочное, а также указанным письмом в материалы дела были представлены документы на поставку продукции,

а именно: товарные накладные КЛ-0006019 от 01.09.2022, КЛ-0006138 от 05.09.2022, КЛ-006312 от 12.09.2022, КЛ-0006430 от 19.09.2022, товарно-транспортные накладные К-16516 от 05.09.2022, Д-74897 от 06.09.2022, КП-0006019 от 01.09.2022, счет-фактура К-16516 от 05.09.2022.

Вместе с тем, из указанных документов следует, что цена товара (пива), по которой ИП <...> приобретала продукцию для последующей реализации составляла более 59 рублей за литр (от 70 рублей 46 копеек).

Таким образом, рассматриваемая рекламная информация содержит нарушение пункту 4 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно части 3 статьи 21 Федерального закона «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).

Объектом рекламирования является алкогольная продукция (пиво), однако, необходимое предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции в рассматриваемой информации отсутствует.

Таким образом, спорная реклама содержит нарушение части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Доводы ИП <...> о том, что рассматриваемая информация не является рекламой пива, а является рекламой кваса, не принимаются Комиссией по следующим основаниям.

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 пунктом 13.1 статьи 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.

Согласно п. 16 Информационного письма Президиума ВАС РФ от 25.12.1998 N 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

В рассматриваемом случае, сведения, содержащиеся в спорной рекламной информации, очевидно ассоциируются у потребителей с рекламой алкогольной продукции (пиво).

Указанный вывод подтверждается мнением членов Экспертного Совета.

Согласно единогласному мнению членов Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Кировском УФАС России, высказанному на заседании 13.10.2022, указанная информация является рекламой, поскольку содержит привлекательные для потребителя атрибуты: стоимость товара, изображения деревянной бочки с краном золотого цвета, растения хмель обыкновенный, пшеница, фразы «свежие разливные напитки по честным ценам» и т.д. По мнению членов Экспертного совета, объектом рекламирования является алкогольная продукция (пиво), поскольку используемые в рекламе текст «Попробуй разное: светлое, бархатное, безалкогольное»; «Акция 59 рублей за литр» ассоциируются с пивом. Кроме того, данные фразы могут относиться из напитков только к пиву («квас «светлое», «бархатное» - не бывает»). Вышеуказанное изображение визуализирует пиво. Вся реклама воспринимается как единое целое, поскольку выполнена в единой гамме, соответственно, информация «от 59 руб/литр» относится именно к пиву (протокол заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Кировском УФАС России от 13.10.2022 г.).

В состав Экспертного Совета при Кировском УФАС России входят представители органов местного самоуправления, общественных организаций, высших учебных заведений, экспертов и специалистов в области лингвистики, психологии, журналистики, соответственно, в рассматриваемом случае их мнение принимается комиссией в качестве надлежащего доказательства квалификации информации в качестве рекламы алкогольной продукции (пива).

Довод ИП <...> о том, что рассматриваемая рекламная информация не имеет отношения к магазину «BEER TIME», расположенному по адресу: г. Киров, ул. <...>, д. <...>, не принимается Комиссией по следующим основаниям.

Декоративная пленка, на которой содержится спорная рекламная информация, размещена напротив входа в магазин «BEER TIME» по вышеуказанному адресу и по своему содержанию и размещению привлекает внимание потребителей к «разлившимся напиткам» (пиву), реализуемым именно в данном торговом объекте.

Иные торговые объекты, в которых осуществляется реализация разливных напитков (пива) в здании по адресу: г. Киров, ул. <...>, д. <...> отсутствуют.

Довод, ИП <...> о том, что рассматриваемая рекламная информация не размещалась ИП <...> не имеет правового основания в рассматриваемом случае

по следующим основаниям.

Учитывая, что под рекламодателем в соответствии с пунктом 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» понимается, в том числе, продавец товара, что хозяйственную деятельность в торговом объекте «BEER TIME», расположенном по адресу: г. Киров, ул. <...>, д. <...> на дату фиксации рекламной информации (28.09.2022) осуществляла ИП <...>, принимая во внимание, что интерес потребителя формируется именно к продукции (пиву), реализуемой в указанном торговом объекте, следует вывод, что ИП <...> является рекламодателем спорной рекламной информации.

Кроме того, ИП <...> с начала осуществления хозяйственной деятельности в торговом объекте «BEER TIME» (12.04.2022), расположенном по адресу: г. Киров, ул. <...>, д. <...>, не предприняла никаких мер, направленных на прекращение распространения рекламной информации, размещенной с нарушением норм Федерального закона «О рекламе». Доказательств обратного в материалы дела не представлены (в период с начала осуществления деятельности до настоящего времени спорной рекламной информацией привлекается внимание потребителей к реализуемой ИП <...> в вышеуказанном торговом объекте продукции (пиву).

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение п. 4 ч. 3 ст. 5, ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» несёт рекламодатель.

В соответствии с ч. 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» несёт рекламораспространитель.

Из установленных обстоятельств и представленных в материалы дела документов, следует вывод, что рекламодателем и рекламораспространителем спорной рекламной информации является ИП <...>.

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 24.11.2020 N 1922 (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.

Поскольку на момент вынесения решения доказательств устранения нарушения требований пункта 4 части 3 статьи 5, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» ИП <...> представлено не было, Комиссия считает необходимым выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения требований рекламного законодательства.

Ответственность за данное правонарушение предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 Кодекса

Российской Федерации об административных правонарушениях.

Относительно действий ИП <...>, Комиссией установлено, что на момент фиксации спорной рекламной информации (28.09.2022) ИП <...> свою деятельность по адресу: г. Киров, ул. <...>, д. <...> (магазин «BEER TIME») не осуществляла.

Учитывая изложенное, производство по делу № 043/05/21-919/2022 в отношении ИП <...> (ИНН: <...>; ОГРНИП: <...>; адрес регистрации: 610050, г. Киров, ул. <...>, д. <...>, кв. <...>) подлежит прекращению ввиду неподтверждения в ее действиях наличия фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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 индивидуального предпринимателя <...> (ИНН: <...>; ОГРНИП: <...>).

Руководствуясь п. 2 ч. 1 ст. 33, ч. 1 ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п. 42 – 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 N 1922, Комиссия Кировского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламную информацию: *«Свежие разливные напитки по честным ценам!» «Акция! 59 руб. за литр», «Попробуй разное: светлое, бархатное, безалкогольное* свежие разливные напитки по честным ценам!!!* широкий ассортимент, богатый выбор» с изображением хмельных шишек и пивного бочонка, размещенной на декоративной пленке, расположенной на окне у входа в магазин «BEER TIME» по адресу: г. Киров, ул. <...>, д. <...>*, так как она нарушает требования пункта 4 части 3 статьи 5, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать индивидуальному предпринимателю <...> (ИНН: <...>; ОГРНИП: <...>; адрес регистрации: 610002, г. Киров, ул. <...>, д. <...>, кв. <...>) предписание об устранении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Производство по делу в отношении индивидуального предпринимателя <...> (ИНН: <...>; ОГРНИП: <...>; адрес регистрации: 610050, г. Киров, ул. <...>, д. <...>, кв. <...>) прекратить, в связи с неподтверждением в ее действиях наличия факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

4. 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 индивидуального предпринимателя <...> (ИНН: <...>; ОГРНИП: <...>; адрес регистрации: 610002, г.

Киров, ул. <...>, д. <...>, кв. <...>).

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

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

Управление по Кировской области

Юридический адрес: 610020 г. Киров, ул. К.Либкнехта, 55

РЕШЕНИЕ:

по делу № 043/05/21-919/2022

Резолютивная часть решения оглашена 21 марта 2022 года

В полном объеме решение изготовлено 04 апреля 2022 года

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

Председателя Комиссии:

<...> – заместителя руководителя Управления – начальника отдела товарных рынков и естественных монополий Кировского УФАС России,

Членов Комиссии:

<...> – начальника отдела финансовых рынков и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области,

<...> – специалиста 1 разряда отдела финансовых рынков и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области,

рассмотрев материалы дела № 043/05/21-919/2022, возбужденного по признакам нарушения пункта 4 части 3 статьи 5, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» в отношении индивидуального предпринимателя <...> (ИНН: <...>; ОГРНИП: <...>; адрес регистрации: 610050, г. Киров, ул. <...>, д. <...>, кв. <...>), индивидуального предпринимателя <...> (ИНН: <...>; ОГРНИП: <...>; адрес

регистрации: 610002, г. Киров, ул. <...>, д. <...>, кв. <...>) по факту нарушения рекламного законодательства Российской Федерации по факту размещения информации: *«Свежие разливные напитки по честным ценам!» «Акция! 59 руб. за литр», «Попробуй разное: светлое, бархатное, безалкогольное* свежие разливные напитки по честным ценам!!!* широкий ассортимент, богатый выбор»* с изображением хмельных шишек и пивного бочонка размещенной на декоративной пленке, расположенной на окне у входа в магазин «BEER TIME» по адресу: г. Киров, ул. <...>, д. <...>.

в отсутствие:

- лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства РФ - индивидуального предпринимателя <...> (далее – ИП <...>);
- лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства РФ - индивидуального предпринимателя <...> (далее – ИП <...>),

УСТАНОВИЛА:

в Кировское УФАС России поступило заявление физического лица от 22.09.2022 № б/н, направленное из Приемной Президента Российской Федерации в Кировской области письмом № А26-12-1342 от 23.09.2022 (вх. № 5725 от 26.09.2022) и дополнение к заявлению от 25.10.2021 б/н (вх. № 6351 от 25.10.2022), по вопросу нарушения, по мнению заявителя, рекламного законодательства Российской Федерации по факту размещения информации: *«BEER TIME* фирменный магазин», «Акция! 59 руб. за литр», «Попробуй разное: светлое, бархатное, безалкогольное* свежие разливные напитки по честным ценам!!!* широкий ассортимент, богатый выбор»* с изображением хмельных шишек и пивного бочонка на рекламных конструкциях по адресу: г. Киров, ул. <...>, д. <...>, у входа в магазин «BEER TIME».

В рамках рассмотрения заявления физического лица сотрудниками Кировского УФАС России был осуществлен выезд по адресу: г. Киров, ул. <...>, д. <...> (акт фиксации от 28.09.2022). Установлено, что на дверях магазина «BEER TIME» по вышеуказанному адресу указаны реквизиты ИП <...> (ИНН: <...>; ОГРНИП: <...>). В связи с чем, в отношении данного лица было возбуждено дело по признакам нарушения п. 4 ч. 3 ст. 5, ч. 3 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (определение о возбуждении дела № 043/05/21-919/2022 от 25.10.2022). Рассмотрение дела первоначально было назначено на 24.11.2022.

В ходе рассмотрения дела было установлено, что хозяйственную деятельность в магазине «BEER TIME» по адресу: г. Киров, ул. <...>, д. <...> осуществляет ИП <...>, что подтверждается кассовым чеком от 29.10.2022 о приобретении продукции в магазине «BEER TIME» по вышеуказанному адресу.

В связи с чем, определением от 24.11.2022 в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства РФ, была привлечена ИП Багаева И.Ю.

В целях полного и всестороннего исследования обстоятельств рассмотрение дела неоднократно откладывалось (определения от 10.01.2023, от 25.01.2023). Определением от 25.01.2023 рассмотрение дела было назначено на 14.03.2023 на 10 часов 30 минут. На заседании Комиссии 14.03.2023 присутствовала ИП <...>, которая указала, что рассматриваемая информация не является рекламой пива, а является рекламой кваса. Помимо этого, ИП <...> пояснила, что рассматриваемую рекламную конструкцию не размещала, спорная рекламная информация не имеет отношения к магазину «BEER TIME», а относится к иным торговым объектам, расположенным по вышеуказанному адресу.

На заседании Комиссии 14.03.2023 был объявлен перерыв. Рассмотрение дела было назначено на 21 марта 2023 года в 13 часов 30 минут.

ИП <...> на заседание Комиссии не явилась, ходатайств не заявляла.

Исследовав имеющиеся в материалах дела документы и сведения, Комиссия Кировского УФАС России пришла к следующим выводам.

В соответствии с положениями, установленными п. 1 ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»), реклама – 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», объект рекламирования – это 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 пунктом 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Под рекламодателем в соответствии с пунктом 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» понимается изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Под рекламораспространителем в соответствии с пунктом 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» понимается лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Из представленных заявителем документов и сведений следует, что на фасаде здания по адресу: Кировская область, г. Киров, ул. <...>, д. <...> расположена вывеска: «BEER TIME фирменный магазин». На декоративной пленке, размещенной на окне у входа в магазин «BEER TIME» размещена информация следующего содержания: «Свежие разливные напитки по честным ценам!» «Акция! 59 руб. за литр», «Попробуй разное: светлое, бархатное, безалкогольное* свежие разливные напитки по честным ценам!!!* широкий ассортимент, богатый выбор».

Информация: «Свежие разливные напитки по честным ценам!» «Акция! 59 руб. за литр», «Попробуй разное: светлое, бархатное, безалкогольное* свежие разливные напитки по честным ценам!!!* широкий ассортимент, богатый выбор» обладает всеми юридически значимыми признаками рекламы, а именно:

- распространена с использованием декоративной пленки;
- адресована неопределенному кругу лиц (пешеходам, пассажирам общественного транспорта, водителям транспортных средств), поскольку распространяется в непосредственной близости от пешеходной и проезжей частей дороги;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – реализуемым в магазине «BEER TIME» товарам (пиву), способствует формированию интереса к объектам рекламирования, в том числе посредством предложения привлекательной для потребителя акции (59 руб. за литр) и большого ассортимента реализуемой продукции («Попробуй разное: светлое, бархатное, безалкогольное, «широкий ассортимент», «богатый выбор»).

Таким образом, вышеуказанная информация содержит все признаки рекламы, перечисленные в п. 1 ст. 3 Федерального закона «О рекламе», является рекламой и на такую информацию, а также на порядок ее размещения распространяются положения Федерального закона «О рекламе».

Комиссией было установлено, что на дверях магазина «BEER TIME» по вышеуказанному адресу указаны реквизиты ИП <...> (акт фиксации от 28.09.2022).

Письмами от 15.11.2022 (вх. № 6805 от 15.11.2022) и от 20.02.2023 (вх. № 897 от 20.02.2023) <...> сообщила, что к помещению магазин «BEER TIME» по адресу: г. Киров, ул. <...>, д. 11 она отношения не имеет, рассматриваемую рекламную информацию не размещала. Кроме того, указанными письмами <...> сообщила, что она прекратила свою деятельность в качестве индивидуального предпринимателя 30.06.2022.

В ходе рассмотрения дела было установлено, что хозяйственную деятельность в магазине «BEER TIME» по адресу: г. Киров, ул. <...>, д. <...> осуществляет ИП <...>, что подтверждается кассовым чеком от 29.10.2022 (о приобретении продукции в магазине «BEER TIME» по вышеуказанному адресу).

Письмом б/д б/н (вх. № 7544 от 19.12.2022) ИП <...> представила договор субаренды нежилого помещения под продовольственный отдел от 01.06.2022 г., заключенный между ООО «Снек тайм» и ИП <...>. Согласно п. 1.1. указанного договора ООО «Снек тайм» обязуется представить торговую площадь ИП <...> с целью использования под продовольственный отдел, площадь 50 кв.м., находящуюся в здании по адресу: г. Киров, ул. <...>, д. <...>. Указанный договор действует с 12 апреля 2022 года.

Таким образом, из имеющихся в деле документов и сведений следует, что на момент фиксации спорной рекламной информации (28.09.2022) в указанном помещении хозяйственную деятельность осуществляла ИП <...>.

Согласно пункту 4 части 3 статьи 5 Федеральный закон «О рекламе»

недостовойной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

Заявитель сообщил, что информация следующего содержания: «Акция! 59 руб. за литр», является недостовойной, в указанном магазине не реализуется товар (пиво) по данной цене, что вводит потребителей в заблуждение.

Определениями от 10.01.2023, от 25.01.2023 у ИП <...> запрашивалось, в том числе документальное подтверждение достоверности представленных в рекламной информации сведений, а именно: «Акция! 59 руб. за литр» (товарные накладные, счета-фактуры, сертификаты качества и т.д.) на дату фиксации рекламы – 28.09.2022; а также перечень реализуемой алкогольной продукции в магазине «BEER TIME», расположенном в г. Кирове по адресу: ул. <...>, д. <...>, с указанием стоимости продукции (с приложением подтверждающих документов (товарных накладных, счетов-фактур, сертификатов качества и т.д.) на дату фиксации рекламы – 28.09.2022.

Письмом от 13.03.2023 (вх. № 1390 от 14.03.2023) ИП <...> были представлены ассортиментный перечень магазина по адресу: г. Киров, ул. <...>, д. <...>, который содержит, в том числе пиво разливное и пиво бутылочное, а также указанным письмом в материалы дела были представлены документы на поставку продукции, а именно: товарные накладные КЛ-0006019 от 01.09.2022, КЛ-0006138 от 05.09.2022, КЛ-0006312 от 12.09.2022, КЛ-0006430 от 19.09.2022, товарно-транспортные накладные К-16516 от 05.09.2022, Д-74897 от 06.09.2022, КП-0006019 от 01.09.2022, счет-фактура К-16516 от 05.09.2022.

Вместе с тем, из указанных документов следует, что цена товара (пива), по которой ИП <...> приобретала продукцию для последующей реализации составляла более 59 рублей за литр (от 70 рублей 46 копеек).

Таким образом, рассматриваемая рекламная информация содержит нарушение пункту 4 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно части 3 статьи 21 Федерального закона «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).

Объектом рекламирования является алкогольная продукция (пиво), однако, необходимое предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции в рассматриваемой информации отсутствует.

Таким образом, спорная реклама содержит нарушение части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Доводы ИП <...> о том, что рассматриваемая информация не является рекламой пива, а является рекламой кваса, не принимаются Комиссией по следующим основаниям.

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 пунктом 13.1 статьи 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.

Согласно п. 16 Информационного письма Президиума ВАС РФ от 25.12.1998 N 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

В рассматриваемом случае, сведения, содержащиеся в спорной рекламной информации, очевидно ассоциируются у потребителей с рекламой алкогольной продукции (пиво).

Указанный вывод подтверждается мнением членов Экспертного Совета.

Согласно единогласному мнению членов Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Кировском УФАС России, высказанному на заседании 13.10.2022, указанная информация является рекламой, поскольку содержит привлекательные для потребителя атрибуты: стоимость товара, изображения деревянной бочки с краном золотого цвета, растения хмель обыкновенный, пшеница, фразы «свежие разливные напитки по честным ценам» и т.д. По мнению членов Экспертного совета, объектом рекламирования является алкогольная продукция (пиво), поскольку используемые в рекламе текст «Попробуй разное: светлое, бархатное, безалкогольное»; «Акция 59 рублей за литр» ассоциируются с пивом. Кроме того, данные фразы могут относиться из напитков только к пиву («квас «светлое», «бархатное» - не бывает»). Вышеуказанное изображение визуализирует пиво. Вся реклама воспринимается как единое целое, поскольку выполнена в единой гамме, соответственно, информация «от 59 руб/литр» относится именно к пиву (протокол заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Кировском УФАС России от

13.10.2022 г.).

В состав Экспертного Совета при Кировском УФАС России входят представители органов местного самоуправления, общественных организаций, высших учебных заведений, экспертов и специалистов в области лингвистики, психологии, журналистики, соответственно, в рассматриваемом случае их мнение принимается комиссией в качестве надлежащего доказательства квалификации информации в качестве рекламы алкогольной продукции (пива).

Довод ИП <...> о том, что рассматриваемая рекламная информация не имеет отношения к магазину «BEER TIME», расположенному по адресу: г. Киров, ул. <...>, д. <...>, не принимается Комиссией по следующим основаниям.

Декоративная пленка, на которой содержится спорная рекламная информация, размещена напротив входа в магазин «BEER TIME» по вышеуказанному адресу и по своему содержанию и размещению привлекает внимание потребителей к «разливному напиткам» (пиву), реализуемым именно в данном торговом объекте. Иные торговые объекты, в которых осуществляется реализация разливных напитков (пива) в здании по адресу: г. Киров, ул. <...>, д. <...> отсутствуют.

Довод, ИП <...> о том, что рассматриваемая рекламная информация не размещалась ИП <...> не имеет правового основания в рассматриваемом случае по следующим основаниям.

Учитывая, что под рекламодателем в соответствии с пунктом 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» понимается, в том числе, продавец товара, что хозяйственную деятельность в торговом объекте «BEER TIME», расположенном по адресу: г. Киров, ул. <...>, д. <...> на дату фиксации рекламной информации (28.09.2022) осуществляла ИП <...>, принимая во внимание, что интерес потребителя формируется именно к продукции (пиву), реализуемой в указанном торговом объекте, следует вывод, что ИП <...> является рекламодателем спорной рекламной информации.

Кроме того, ИП <...> с начала осуществления хозяйственной деятельности в торговом объекте «BEER TIME» (12.04.2022), расположенном по адресу: г. Киров, ул. <...>, д. <...>, не предприняла никаких мер, направленных на прекращение распространения рекламной информации, размещенной с нарушением норм Федерального закона «О рекламе». Доказательств обратного в материалы дела не представлены (в период с начала осуществления деятельности до настоящего времени спорной рекламной информацией привлекается внимание потребителей к реализуемой ИП <...> в вышеуказанном торговом объекте продукции (пиву)).

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение п. 4 ч. 3 ст. 5, ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» несёт рекламодатель.

В соответствии с ч. 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» несёт рекламодатель.

Из установленных обстоятельств и представленных в материалы дела документов, следует вывод, что рекламодателем и рекламодателем спорной

рекламной информации является ИП <...>.

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 24.11.2020 N 1922 (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.

Поскольку на момент вынесения решения доказательств устранения нарушения требований пункта 4 части 3 статьи 5, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» ИП <...> представлено не было, Комиссия считает необходимым выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения требований рекламного законодательства.

Ответственность за данное правонарушение предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Относительно действий ИП <...>, Комиссией установлено, что на момент фиксации спорной рекламной информации (28.09.2022) ИП <...> свою деятельность по адресу: г. Киров, ул. <...>, д. <...> (магазин «BEER TIME») не осуществляла.

Учитывая изложенное, производство по делу № 043/05/21-919/2022 в отношении ИП <...> (ИНН: <...>; ОГРНИП: <...>; адрес регистрации: 610050, г. Киров, ул. <...>, д. <...>, кв. <...>) подлежит прекращению ввиду неподтверждения в ее действиях наличия фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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 индивидуального предпринимателя <...> (ИНН: <...>; ОГРНИП: <...>).

Руководствуясь п. 2 ч. 1 ст. 33, ч. 1 ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п. 42 – 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 N 1922, Комиссия Кировского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламную информацию: *«Свежие разливные напитки по честным ценам!» «Акция! 59 руб. за литр», «Попробуй разное: светлое, бархатное,*

безалкогольное свежие разливные напитки по честным ценам!!!* широкий ассортимент, богатый выбор» с изображением хмельных шишек и пивного бочонка, размещенной на декоративной пленке, расположенной на окне у входа в магазин «BEER TIME» по адресу: г. Киров, ул. <...>, д. <...>, так как она нарушает требования пункта 4 части 3 статьи 5, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».*

2. Выдать индивидуальному предпринимателю <...> (ИНН: <...>; ОГРНИП: <...>; адрес регистрации: 610002, г. Киров, ул. <...>, д. <...>, кв. <...>) предписание об устранении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Производство по делу в отношении индивидуального предпринимателя <...> (ИНН: <...>; ОГРНИП: <...>; адрес регистрации: 610050, г. Киров, ул. <...>, д. <...>, кв. <...>) прекратить, в связи с неподтверждением в ее действиях наличия факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

4. 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 индивидуального предпринимателя <...> (ИНН: <...>; ОГРНИП: <...>; адрес регистрации: 610002, г. Киров, ул. <...>, д. <...>, кв. <...>).

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