

## РЕШЕНИЕ

### по делу № 055/05/21-647/2022

06 октября 2022 года

город Омск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее – Омское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее также – Комиссия) в составе:

председатель Комиссии – <...>, заместитель руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии: <...>,

рассмотрев дело № 055/05/21-647/2022 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения индивидуальным предпринимателем <...> (ИНН 550507596837, ОГРНИП 315554300043353, далее – ИП <...>) рекламы, нарушающей требования части 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в отсутствие ИП <...>, в извещении которой предприняты необходимые меры (уведомление о времени и месте рассмотрения дела от 09.09.2022 исх. № 06-7194, трек-номер 64401072750288)

#### УСТАНОВИЛА:

В результате проведения 17.05.2022 мероприятий по контролю за соблюдением обязательных требований Федерального закона «О рекламе» Омским УФАС России выявлен факт распространения на входной двери магазина «Огонек», расположенного по адресу: г. Омск, ул. Блусевич, д. 21, изображения бутылок пива различных сортов «STELLA ARTOIS», «BECK`S», «Heineken», «Korona Extra», «Miller».

При этом изображенные сорта пива имеют следующую крепость:

- Stella Artois Belgium – 5%;
- BECK`S – 5%;
- Heineken - – 5%;
- Korona Extra – 4,5 %
- Miller Genuine Draff – 4,7%.

По определению, данному статьей 3 Федерального закона «О рекламе»:

**реклама** - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, 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;

**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;

**товар** - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к алкогольной продукции (пиву).

При этом указанная информация была распространена с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе:

В силу пункта 1 Гражданского кодекса Российской Федерации товаром по договору купли-продажи могут быть любые вещи, не изъятые из оборота.

Пунктом 1 статьи 467 Гражданского кодекса Российской Федерации предусмотрено, что если по договору купли-продажи передаче подлежат товары в определенном соотношении по видам, моделям, размерам, цветам или иным признакам (ассортимент), продавец обязан передать покупателю товары в ассортименте, согласованном сторонами.

Анализ гражданского законодательства Российской Федерации свидетельствует о том, что объектом рекламирования может быть тот товар, предназначенный для продажи и иного введения в гражданский оборот, который можно индивидуализировать, выделить среди однородной группы товаров.

В соответствии с пунктом 7 статьи 2 Федерального закона № 171-ФЗ от 22.11.1995 «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» (далее – Закон № 171-ФЗ) **алкогольная продукция** - 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, виноградная водка, бренди), вино, крепленое вино, игристое вино, включая российское шампанское, виноградосодержащие напитки, плодовая алкогольная продукция, плодовые алкогольные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

В силу пункта 13.1 статьи 2 Закона № 171-ФЗ **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.

Частью 2.1. статьи 21 Федерального закона «О рекламе» установлено, что 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.

Реклама вина, крепленого вина и игристого вина, произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда, разрешается на выставках пищевой продукции (за исключением продуктов детского питания) и выставках организаций общественного питания, а также на специализированных ярмарках винодельческой продукции (специализированный раздел ярмарки пищевой промышленности и сопутствующих товаров).

При этом частью 4 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» установлено, что специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом **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 настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

В информационном письме Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 указано, что информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара. При этом для поддержания интереса к товару не обязателен показ самого товара, **а достаточно изображения различительных элементов (в том числе товарного знака)**, которые использовались при рекламе этого товара.

В нарушение части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» реклама, распространенная на входной двери магазина «Огонек», расположенного по адресу: г. Омск, ул. Блусевич, д. 21, содержала информацию о различных сортах пива крепость пять процентов, выполненную посредством написания слов и изображения графических элементов.

По определению (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») **ненадлежащая** реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно информации на режимной вывеске деятельность в магазине «Огонек» осуществляет ИП <...>.

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

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

Исходя из определений, данных в пунктах 5 и 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», ИП <...> является рекламодателем, и рекламораспространителем.

Частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» установлено, что рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 2.1. статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Определением Омского УФАС России от 09.08.2022 в отношении ИП <...> было возбуждено дело № 055/05/21-647/2022 по признакам нарушения требований части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе». Заседание Комиссии по рассмотрению дела назначено на 08.09.2022 в 15:30 часов. Копия определения направлена по адресу регистрации ИП <...> заказным письмом с уведомлением от 09.08.2022 № 06-6358, однако, согласно информации, размещенной на официальном сайте ФГУП «Почта России» (<http://www.russianpost.ru>), указанное письмо Омского УФАС России (почтовый идентификатор отправления 64401072744805) ИП <...> получено не было и на момент рассмотрения дела находилось в почтовом отделении с отметкой от 13.08.2022 - «Неудачная попытка вручения».

Определением Омского УФАС России от 09.09.2022 срок рассмотрения дела № 055/05/21-647/2022 был продлен, рассмотрение назначено на 06.10.2022 в 15:30 часов. Копия определения от 09.09.2022 направлена по адресу регистрации ИП <...> заказным письмом с уведомлением от 09.09.2022 № 06- 7194, однако, согласно информации, размещенной на

официальном сайте ФГУП «Почта России» (<http://www.russianpost.ru>), указанное письмо Омского УФАС России с почтовым идентификатором 64401072750288 находится в месте вручения с отметкой 13.09.2022 – «Неудачная попытка вручения».

Частью 1 статьи 165.1 Гражданского Кодекса Российской Федерации установлено, что 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.

В пункте 63 постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.06.2015 № 25 «О применении судами некоторых положений раздела 1 части первой Гражданского кодекса Российской Федерации» даны разъяснения о том, что с учетом положения пункта 2 статьи 165.1 ГК РФ юридически значимое сообщение, адресованное гражданину, осуществляющему предпринимательскую деятельность в качестве индивидуального предпринимателя (далее - индивидуальный предприниматель), или юридическому лицу, направляется по адресу, указанному соответственно в едином государственном реестре индивидуальных предпринимателей или в едином государственном реестре юридических лиц либо по адресу, указанному самим индивидуальным предпринимателем или юридическим лицом.

При этом необходимо учитывать, что гражданин, индивидуальный предприниматель или юридическое лицо несут риск последствий неполучения юридически значимых сообщений, доставленных по адресам, перечисленным в абзацах первом и втором настоящего пункта, а также риск отсутствия по указанным адресам своего представителя.

Гражданин, сообщивший кредиторам, а также другим лицам сведения об ином месте своего жительства, несет риск вызванных этим последствий (пункт 1 статьи 20 ГК РФ). Сообщения, доставленные по названным адресам, считаются полученными, даже если соответствующее лицо фактически не проживает (не находится) по указанному адресу.

Согласно выписке из Единого государственного реестра юридических лиц по состоянию на 23.05.2022 адресом места жительства ИП <...> является: <...>.

Таким образом, Комиссия Омского УФАС России полагает, что в извещении ИП <...> предприняты достаточные меры по надлежащему извещению лица о времени и месте рассмотрения дела № 055/05/21-647/2022.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нарушении ИП <...> требований части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы алкогольной продукции на фасаде здания, расположенного по адресу: г. Омск, ул. Блусевич, д. 21.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы, в целях обеспечения реализации права потребителя на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства о рекламе.

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, 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 Федерального закона «О рекламе».

Учитывая, что у Омского УФАС России на момент рассмотрения настоящего дела отсутствуют доказательства, подтверждающие устранение нарушения в добровольном порядке, Комиссией Омского УФАС России принято решение о необходимости выдачи ИП <...> предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании изложенного, руководствуясь статьями 33, 36 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с пунктами 42-55 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу пива «STELLA ARTOIS», «BECK`S», «Heineken», «Korona Extra», «Miller», распространенную 17.05.2022 ИП <...> (ИНН <...>, ОГРНИП <...>) на входной двери магазина «Огонек», расположенного по адресу: г. Омск, ул. Блусевич, д. 21, ненадлежащей, нарушающей требования части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».
2. Выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении.

Решение изготовлено в полном объеме 06.10.2022.

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

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии: <...>