

...

...

..

..

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ

### О ПРЕКРАЩЕНИИ ПРОИЗВОДСТВА ПО ДЕЛУ № 063/05/21-685/2023

17 октября 2023 г.  
г. Самара

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Самарской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии – .....,

Члены Комиссии – .....,

– .....,

рассмотрев дело № 063/05/21-685/2023, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя ... по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно части 4 статьи 2, пункта 5 части 2, части 2.1, части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006г №38-ФЗ (далее – ФЗ «О рекламе»)

в присутствии представителя:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ИП ...), по доверенности от 01.01.2023 г. ...., было уведомлено надлежащим образом, посредством электронной почты;

в присутствии:

заявителя – ..., лицо было уведомлено надлежащим образом, посредством электронной почты.

заинтересованного лица \_\_\_\_\_;

эксперта \_\_\_\_\_;

переводчика \_\_\_\_\_.

### **УСТАНОВИЛА:**

В адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Самарской области (далее — Самарское УФАС России) поступило обращение ....., (далее – Заявитель) перенаправленное Управлением Роспотребнадзора по Самарской области (вх. № 7557-ЭП/23 от 23.06.2023) о возможном нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе, выразившегося в размещении рекламы алкогольной продукции фирменного магазина «Хмельница» (далее – Реклама) по адресу: г. Самара, ул. Партизанская, д. 150.

Исходя из фотоматериалов по вышеуказанному адресу на фасаде многоквартирного дома размещена вывеска с содержанием «Хмельница» и рекламная конструкция с содержанием: «Бойлерное, Хмельница Фирменный, Килька счастья...Ну ты, сушеная вобла...7 литров...Грузи в меру!», также в указанной рекламе имеются изображения пивной бочки и кружки с пивом. Надпись «Хмельница» повторяет шрифт и название одноименной торговой марки алкогольной продукции, а именно пива.

Также Самарским УФАС была осмотрена страница фирменного магазина «Хмельница» в социальной сети «ВКонтакте» (<https://vk.com/hmelnitsabeer63>). На странице имеется подробная информация о фирменном магазине «Хмельница» следующего содержания: «Хмельница фирменный магазин, лучшие разливные напитки и закуски к ним, Все кто любит разливные напитки, мы, рады вас приветствовать в нашей группе. Здесь вы узнаете о нашем ассортименте и о наших акциях. Если хотите подарки, участвуйте в наших конкурсах. Если вам требуется работа, читайте раздел с вакансиями, звоните и вступайте в нашу команду. Приглашаем вас в наши магазины Хмельница, где вы сможете приобрести все, что нужно для хорошего отдыха», также на указанной странице

размещена фотография, где указан перечень продукции, которую фирменный магазин «Хмельница» предлагает своим посетителям, в их числе: «Бойлерное, Жигулевское, Фон Вакано 1881, Баллагур н.ф.».

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — ФЗ «О рекламе») реклама - информация, распространенная 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 ФЗ «О рекламе» объект 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.

Таким образом, информация по адресу: г. Самара, ул. Партизанская, д. 150, расположенная на фасаде внешней стены здания с содержанием: «Бойлерное, Хмельница Фирменный, Килька счастья...Ну ты, сушеная вобла...7 литров...Грузи в меру!» является рекламой, поскольку имеет в качестве объекта рекламирования средство индивидуализации лица «Хмельница» (товарный знак № 701372), а также в виде товара – пиво «Хмельница».

На основании пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных элементах зданий, строениях, сооружений или вне их.

Согласно фотоматериалам, вывеска с рассматриваемой рекламой располагается на фасаде внешней стены здания.

На основании части 2.1 статьи 21 ФЗ «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. 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).

Также, в соответствии с частью 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде её чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

В данной рассматриваемой рекламе предупредительная надпись отсутствует.

В соответствии с частью 4 статьей 2 ФЗ «О рекламе» 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.

Также, согласно данным Федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентным и товарным знакам, товарный знак «Хмельница» зарегистрирован по классу МКТУ 32 — пиво и 35 — продвижение товаров для третьих лиц, в т.ч. реализация пива (номер регистрации: 701372).

Следовательно, в рекламе содержатся признаки нарушения части 4 статьи 2, пункта 5 части 2, части 2.1, части 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Самарским УФАС России в рамках рассмотрения дела был осуществлен запрос в адрес главы администрации Железнодорожного внутригородского района городского округа Самара ... (исх. № 4954/8 от 06.07.2023).

В ответе глава администрации Железнодорожного внутригородского района городского округа Самара Тюнин В.В. указал, что деятельность в магазине «Хмельница», расположенном по адресу: г. Самара, ул. Партизанская, д. 150 осуществляет ИП .....

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

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

Согласно части 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 5 части 2, части 2.1, частью 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение

рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункт 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе»).

Таким образом, реклама ИП .... содержит признаки нарушения части 4 статьи 2, пункта 5 части 2, части 2.1, части 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 24, 25 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Самарского УФАС России возбудила производство по делу № 063/05/21-685/2023 по признакам нарушения рекламного законодательства в отношении ИП ...

В ходе рассмотрения дела ИП ... были направлены пояснения по делу (вх. № 11152-ЭП/23 от 08.09.2023, вх. № 11118-ЭП/23 от 07.09.2023), согласно которым ИП ... осуществляет деятельность по адресу: г. Самара, ул. Партизанская, д. 150, по договору аренды помещения от 30.01.2023 г.. Также согласно пояснениям, ИП ... занимается розничной продажей пива различных пивзаводов, самостоятельно пиво не производит. В ассортименте продаваемой продукции ИП ... отсутствует пиво с названием «Хмельница», а также алкоголь крепостью более 5 %. На фасаде магазина «Хмельница» наклеена наклейка с коммерческим обозначением, а также имеются другие наклейки, с изображением бочки, кружки и мельницы, которые не являются рекламой алкоголя.

На заседании Комиссии представитель ИП ... поддержала свои доводы, ранее указанные в пояснениях.

Комиссия Самарского УФАС России определением о продлении срока и об отложении рассмотрении дела (исх. № 7000/8 от 13.09.2023) привлекла в качестве заинтересованных лиц Администрацию Железнодорожного внутригородского района г.о. Самара и ООО «Городская эксплуатационная компания».

В ответ на данное определение Администрация Железнодорожного внутригородского района г.о. Самара представила разрешение № 3-2022 на установку и эксплуатацию рекламной конструкции ООО «Агроторг» (магазин «Пятёрочка») по адресу: г. Самара, ул. Партизанская, д. 150.

ИП ....., также предоставила запрашиваемые Комиссией Самарского УФАС России документы, а именно договор на выполнение строительно-монтажных работ, согласно которому предметом договора, является обшивка фасада дома профлистом по адресу: г. Самара, ул. Партизанская, д. 150, а также договор на изготовление полиграфической продукции (наклеек).

Дополнительно, ИП ... предоставила фотоматериалы, из которых видно, что сняты наклейки со следующим содержанием: «Килька счастья...Ну ты, сушеная вобла...7 литров...Грузи в меру!».

На заседании Комиссии 29.09.2023 представитель ИП ... поддержала свои доводы, ранее указанные в пояснениях, а также указала, что наклейки Килька счастья...Ну ты, сушенная вобла...7 литров...Грузи в меру!» с профлиста были сняты.

Комиссией Самарского УФАС России уведомлением о перерыве в заседании Комиссии № 063/05/21-685/2023 (исх. № 7832/8 от 10.10.2023), было принято решение об объявлении перерыва.

В ответ на уведомление о перерыве ИП ... предоставила договор № 14 поставки алкогольной продукции от 08.07.2019 г., согласно которому ООО «Пасека» поставляет ИП ... пиво, пивные напитки в металлических кегах или ПЭТ-кегах, а также товарно-транспортную накладную на пиво светлое непастеризованное фильтрованное «Живое».

ИП ... также предоставила фотоматериалы помещения магазина «Хмельница» внутри, расположенного по адресу: г. Самара, ул. Партизанская, д. 150. На представленных фотографиях видно, что внутри магазина «Хмельница» находятся два бойлера для пива.

Заслушав объяснения представителя ИП ....., всесторонне рассмотрев, полно и объективно изучив и проанализировав материалы дела № 063/05/21-685/2023, Комиссия Самарского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно пояснениям ИП ....., в ассортименте продаваемой продукции в магазине «Хмельница» отсутствует алкоголь, пиво крепостью более 5 %.

Таким образом, рассматриваемые рекламные материалы не содержат признаков нарушения части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Согласно материалам дела и пояснениям ИП ....., ИП ... занимается розничной продажей пива различных пивзаводов, самостоятельно пиво не производит и не продаёт пиво под маркой «Хмельница» (товарный знак «Хмельница» номер регистрации: 701372).

Таким образом, рассматриваемые рекламные материалы не содержат признаков нарушения части 4 статьи 2 ФЗ «О рекламе».

Согласно фотоматериалам и договору на выполнение строительно-монтажных работ от 10 февраля 2023 г., предоставленных ИП ....., фасад здания дома по адресу: г. Самара, ул. Партизанская, д. 150 обшит профлистом, который не является техническим средством стабильного территориального размещения (рекламной конструкцией).

Следовательно, рассматриваемые рекламные материалы не содержат признаков нарушения пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Согласно пункту 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе», объект рекламирования -

товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама

Из совокупного анализа ст. ст. 455 и 467 Гражданского кодекса РФ следует, что товаром являются конкретные вещи, которые предназначены для продажи, обмена и иного введения в гражданский оборот и которые можно индивидуализировать, выделить среди однородной группы товаров.

Поэтому объектом рекламирования является информация о конкретном товаре, который можно индивидуализировать внутри группы однородных товаров и к которому направлено внимание с целью формирования или поддержания к нему интереса и продвижения на рынке.

Согласно предоставленным пояснениям ИП ..., ИП ... занимается розничной продажей пива различных пивзаводов, самостоятельно пиво не производит, продукция пива с названием «Хмельница» в продаже отсутствует, товарный знак «Хмельница» № 701372, размещается только на пакетах под бутылки, следовательно рекламы алкогольной продукции не осуществляется.

Следовательно, использование ИП ... названия «Хмельница» на фасаде дома по адресу: г. Самара, ул. Партизанская, д. 150, не является рекламой алкогольной продукции, так как не имеет объекта рекламирования.

Таким образом, рассматриваемые рекламные материалы не содержат признаков нарушения части 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Вопросы, которые были заданы Комиссии со стороны Заявителя ..., касающиеся обшивки фасада дома профлистом без согласия собственников помещений дома по адресу: г. Самара, ул. Партизанская, д. 150, не относятся к компетенции Антимонопольного органа.

В соответствии с пунктом 1 части 1 статьи 36 Жилищного кодекса РФ собственникам помещений в многоквартирном доме принадлежит на праве общей долевой собственности общее имущество в многоквартирном доме, а именно: помещения в данном доме, не являющиеся частями квартир и предназначенные для обслуживания более одного помещения в данном доме, в том числе межквартирные лестничные площадки, лестницы, лифты, лифтовые и иные шахты, коридоры, технические этажи, чердаки, подвалы, в которых имеются инженерные коммуникации, иное обслуживающее более одного помещения в данном доме оборудование (технические подвалы).

Согласно части 2 статьи 36 Жилищного кодекса РФ собственники помещений в многоквартирном доме владеют, пользуются и в установленных настоящим Кодексом и гражданским законодательством пределах распоряжаются общим имуществом в многоквартирном доме.

Согласно статье 44 Жилищного кодекса РФ вопрос о принятии решений о пользовании общим имуществом собственников помещений в многоквартирном доме иными лицами, в том числе о заключении договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, если для их установки и эксплуатации предполагается использовать общее имущество собственников помещений в многоквартирном доме относится к компетенции общего собрания собственников помещений в многоквартирном доме являющегося органом управления многоквартирным домом.

Самарское УФАС России не рассматривает и не разрешает дела по спорам, возникающим из жилищных правоотношений.

Согласно статье 11 Гражданского Кодекса Российской Федерации защиту нарушенных или оспоренных гражданских прав осуществляют в соответствии с подведомственностью дел, установленной процессуальным законодательством, суд, арбитражный суд или третейский суд.

Следовательно, по вопросу размещения конструкций на фасаде дома без согласия собственников помещений, управляющей компании дома собственники вправе обратиться в суд за защитой предусмотренных законодательством РФ прав.

Комиссия Самарского УФАС России, заслушав объяснения сторон, проанализировав материалы дела, приходит к выводу, что в действиях ИП ... не содержатся признаки нарушения части 4 статьи 2, пункта 5 части 2, части 2.1, части 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Руководствуясь абзацем «а» пункта 40 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

### **ОПРЕДЕЛИЛА:**

Производство по делу № 063/05/21-685/2023 прекратить.

Председатель Комиссии

...

Члены Комиссии

...

....