

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

отсутствие заявителя – физического лица;

отсутствие лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – индивидуального предпринимателя <...> (далее – ИП <...>),

рассмотрев материалы дела № 043/05/21-920/2020, возбужденного по признакам нарушения пункта 5 части 2, части 3 статьи 21, части 9 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе») о факту размещения информации: «*Бочка* место пивной культуры*», «*59р за литр*», с изображением пивной бутылки с надписью: «АКЦИЯ!» на рекламных конструкциях, закрепленных на внешних стенах здания, в котором расположен <...> по адресу: г. Киров, <...>, а также информации: «*59р за литр*», с изображением пивной бутылки с надписью: «АКЦИЯ!» на рекламной конструкции, закрепленной на внешней стене здания, в котором расположен <...> по адресу: г. Киров, ул. <...>,

УСТАНОВИЛА:

Кировское УФАС России поступило обращение физического лица от <...>, по вопросу нарушения, по мнению заявителя, законодательства Российской Федерации о рекламе, по факту размещения рекламы алкогольной продукции (пива) на рекламных конструкциях, закрепленных на внешних стенах жилого дома, расположенного по адресу: г. Киров, ул. <...>.

в рамках рассмотрения вышеуказанного обращения, сотрудниками Кировского УФАС России зафиксирована информация: «*БОЧКА* место пивной культуры*» «*59р за литр*», с изображением пивной бутылки с надписью «АКЦИЯ!», размещенная на рекламных конструкциях, закрепленных на внешних стенах здания, в котором расположен <...> по адресу: г. Киров, ул. <...> (акты фиксации от 30.09.2020; от 2.10.2020; от 12.11.2020), также, при осуществлении государственного надзора за соблюдением хозяйствующими субъектами требований законодательства Российской Федерации о рекламе в соответствии со статьей 33 Федерального закона «О рекламе» была выявлена и зафиксирована схожая по содержанию информация: «*59р за литр*» с изображением пивной бутылки с надписью «АКЦИЯ!», размещенная на рекламной конструкции, закрепленной на внешней стене здания, в котором расположен <...> по адресу: г. Киров, ул. <...> (акт фиксации от 03.10.2020; от 2.11.2020).

Указанным определением от 15.10.2020 г. возбуждено дело № 043/05/21-920/2020 в отношении ИП <...> по признакам нарушения пункта 5 части 2, части 3 статьи 21, части 9 статьи 19 Федерального закона «О рекламе». Рассмотрение дела назначено на 11.11.2020 г.

определением от 11.11.2020 г. срок рассмотрения дела продлен до 15.01.2021 г., рассмотрение дела отложено в связи с необходимостью получения от ИП <...> дополнительных документов и сведений. Рассмотрение дела назначено на 10.12.2020.

заявитель – физическое лицо, уведомленный о дате, времени и месте рассмотрения дела № 043/05/21-920/2020 на заседание комиссии, состоявшееся 10.12.2020 в 11 часов 00 минут не явился, представителя не направил, ходатайств не заявлял.

ответчик – ИП <...>, надлежащим образом уведомленный о дате, времени и месте рассмотрения дела № 043/05/21-920/2020 на заседание комиссии по рассмотрению дела не явился, представителя не направил, запрошенные документы не представил, заявил ходатайство о замене штрафа предупреждением № б/н от <...> (вх. № <...> от ...>).

Комиссия Кировского УФАС России, рассмотрев материалы дела, пришла к следующим выводам.

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», рекламой является 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» следует понимать товар, средства индивидуализации юридического лица (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: «Бочка* место пивной культуры», «59р за литр», с изображением пивной бутылки с надписью: «АКЦИЯ!», размещенная на рекламных конструкциях, закрепленных на внешних стенах здания, в котором расположен <...> по адресу: г. Киров, ул. <...>, а также информация: «59р за литр», с изображением пивной бутылки с надписью: «АКЦИЯ!», размещенная на рекламной конструкции, закрепленной на внешней стене здания, расположенного по адресу: г. Киров, ул. <...> обладает всеми юридически значимыми признаками рекламы, а именно: размещена с помощью рекламных конструкций, адресована неопределенному кругу лиц (пешеходам, пассажирам общественного транспорта), так как расположена вблизи проезжей и пешеходной частей дороги, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (<...> и реализуемым в нем товарам, в том числе пиву), способствует формированию интереса к <...> и реализуемой в нем продукции (пиву) и их продвижению на рынке.

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

тилового 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 живых дрожжей, без добавления этилового спирта, ароматических и вкусовых добавок.

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

Согласно разъяснениям Президиума ВАС РФ в пункте 16 информационного письма от 5.12.1998 N 37, информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Установлено, что спорная реклама с учетом способа и места ее размещения, ассоциируется у потребителей исключительно с алкогольной продукцией (пивом), реализуемой индивидуальным предпринимателем, поскольку распространяется в местах входа в <...>, в которых реализуется алкогольная продукция (пиво), содержит словосочетание: «место пивной культуры», а также изображение пивной бутылки с надписью «АКЦИЯ!», вызывающие у неопределенного круга лиц (потребителей рекламы) стойкую ассоциацию распространяемой рекламы с алкогольной продукцией.

Также Комиссией установлено, что в <...> расположенных в г. Кирове по адресам: ул. <...>, ул. <...>, реализуется пиво с содержанием этилового спирта более 0,5% объема готовой продукции, в частности по цене 59 рублей за литр, что подтверждается актами фиксации рекламы от 02.10.2020; от 03.10.2020. Данный факт свидетельствует о предложении в рекламе алкогольной продукции (пива) по цене 59 рублей за литр.

Кроме того, согласно мнению членов Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Кировском УФАС России, высказанному на заседании <...>, относительно аналогичной по содержанию информации: «БОЧКА* Место пивной культуры* 59 рублей за 1 литр* АКЦИЯ», информация является рекламой, поскольку содержит призыв к потребителю для приобретения продукции – «АКЦИЯ»; указана цена продукции. Члены Экспертного совета пришли к мнению о том, что объектом рекламирования является алкогольная продукция – пиво, поскольку в рекламе изображена пивная бутылка. При этом было отмечено, что баннеры (конструкции) размещаются в непосредственной близости от рекламы «Место пивной культуры». БОЧКА», в совокупности с которой у потребителя при виде рекламной информации: «59 рублей за 1 литр* АКЦИЯ» формируется стойкая ассоциация с предложением приобретения пива по цене 59 рублей. В рассматриваемой информации: «БОЧКА* Место пивной культуры», «59 р за литр» с изображением пивной бутылки с надписью «АКЦИЯ» слово «рублей» заменено на «символ

оссийского рубля», также отсутствует прямое указание на «1» литр продукции, что е может являться существенным изменением содержания рассматриваемой информации и воспринимается потребителем аналогично той информации, которая о мнению членов Экспертного совета является рекламой алкогольной продукции.

состав Экспертного Совета при Кировском УФАС России входят представители органов местного самоуправления, научных организаций, общественных организаций, экспертов и специалистов в области лингвистики, психологии, журналистики, соответственно, в рассматриваемом случае их мнение принимается эмиссией в качестве надлежащего доказательства квалификации информации в качестве рекламы.

а основании вышеизложенного, информация: «*Бочка* место пивной культуры*», «*59р а литр*», с изображением пивной бутылки с надписью: «АКЦИЯ!», размещенная на рекламных конструкциях, закрепленных на внешних стенах здания, в котором асположен <...> по адресу: г. Киров, ул. <...>, а также информация: «*59р за литр*», с зображением пивной бутылки с надписью: «АКЦИЯ!», размещенная на рекламной энструкции, закрепленной на внешней стене здания, расположенного по адресу: г. иров, ул. <...> является рекламой, объектом рекламирования является алкогольная родукция (пиво), следовательно, рассматриваемая реклама должна оответствовать требованиям, установленным Федеральным законом «О рекламе».

унктом 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» установлено, что еклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием эхнических средств стабильного территориального размещения (рекламных энструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных энструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

а основании части 1 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» наружной екламой признается реклама, распространенная с использованием щитов, тендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, воздушных шаров, эростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения, онтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных лементах зданий, строений, сооружений или вне их.

сходя из положений статьи 19 Федерального закона «О рекламе» следует, что законодательство о рекламе не содержит исчерпывающего перечня видов екламных конструкций, в связи с чем, рекламной конструкцией является любое эхническое средство стабильного размещения.

еклама алкогольной продукции: «*Бочка* место пивной культуры*», «*59р за литр*», с зображением пивной бутылки с надписью: «АКЦИЯ!», размещенная на рекламных энструкциях, закрепленных на внешних стенах здания, в котором расположен <...> по дресу: г. Киров, ул. <...>, а также реклама: «*59р за литр*», с изображением пивной утылки с надписью: «АКЦИЯ!», размещенная на рекламной конструкции, акрепленной на внешней стене здания, расположенного по адресу: г. Киров, <...> арушает требования, установленные пунктом 5 части 2 статьи 21 Федерального акона «О рекламе», поскольку размещена с использованием рекламных энструкций стабильного территориального размещения, монтаж и демонтаж оторых без использования специальных технических средств (инструментов) евозможен.

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).

Реклама: «БОЧКА* место пивной культуры», «59р за литр» с изображением пивной бутылки с надписью «АКЦИЯ!» не соответствует требованиям части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», поскольку предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции отсутствует.

На основании части 9 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» установка и эксплуатация рекламной конструкции допускаются при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее также - разрешение), выдаваемого на основании заявления собственника или иного указанного в частях 5, 6, 7 настоящей статьи законного владельца соответствующего недвижимого имущества либо владельца рекламной конструкции органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа, на территориях которых предполагается осуществлять установку и эксплуатацию рекламной конструкции. Данное заявление подается заявителем в письменной форме или в форме электронного документа с использованием федеральной государственной информационной системы "Единый портал государственных и муниципальных услуг (функций)" (далее - единый портал государственных и муниципальных услуг) и (или) региональных порталов государственных и муниципальных услуг в орган местного самоуправления муниципального района или орган местного самоуправления городского округа, на территориях которых предполагается осуществлять установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Согласно информации, представленной <...> письмом № <...> от <...> (вх. № <...> от <...>) разрешение на установку и эксплуатацию рекламных конструкций по адресу: г. Киров, ул. <...> не выдавалось. Также отсутствует разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции по адресу: г. Киров, ул. <...>, что подтверждается письмом <...> № <...> от <...> (вх. № <...> от <...>).

Поскольку установка и эксплуатация рекламных конструкций возможна только при наличии разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, выданных органом местного самоуправления, которые отсутствуют на рекламные конструкции, на которых распространялась реклама: «Бочка* место пивной культуры», «59р за литр», с изображением пивной бутылки с надписью: «АКЦИЯ!», комиссией установлено, что рекламные конструкции, расположенные в г. Кирове по адресам: ул. <...>, ул. <...> и содержащие вышеуказанную информацию, установлены и эксплуатируются с нарушением части 9 статьи 19 Федерального закона «О рекламе».

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

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.

На основании части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 3 статьи 21 Федерального закона

«О рекламе» несет рекламоатель.

соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 5 части 2, части 3 статьи 21, части 9 статьи 19 несет рекламораспространитель.

Комиссией Кировского УФАС России установлено, что рекламоателем и рекламораспространителем рекламы: «Бочка* место пивной культуры», «59р за литр», изображением пивной бутылки с надписью: «АКЦИЯ!», распространяемой с помощью рекламных конструкций, закрепленных на внешних стенах здания, в котором расположено <...> по адресу: г. Киров, ул. <...>, а также рекламы: «59р за литр», с изображением пивной бутылки с надписью: «АКЦИЯ!», распространяемой с помощью рекламной конструкции, закрепленной на внешней стене здания, в котором расположено <...> по адресу: г. Киров, ул. <...> является ИП <...>, поскольку он является лицом, осуществляющим предпринимательскую деятельность по реализации алкогольной продукции (пива) в <...>, что подтверждается актами фиксации рекламы от 30.09.2020, 02.10.2020, 03.10.2020, 12.11.2020, приложенными к актам фиксации рекламы от 02.10.2020, от 03.10.2020 фискальными чеками, следовательно, ИП <...> является заинтересованным лицом в рекламировании продукции (пива), реализуемой <...> с целью привлечения внимания потребителей к объекту рекламирования и обладает полномочиями по распространению рекламы по вышеуказанным адресам.

Заявленное ИП <...> ходатайство о замене штрафа предупреждением № б/н от <...> от <...> от <...>), также подтверждает согласие лица с правонарушением.

Следует из вышеперечисленного следует, что индивидуальный предприниматель <...> ИНН: <...>; ОГРНИП: <...>) являясь рекламоателем и рекламораспространителем по смыслу пунктов 5,7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» несет ответственность за нарушение пункта 5 части 2, части 3 статьи 21, части 9 статьи 19 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 нарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Учитывая тот факт, что на дату вынесения решения в материалах дела отсутствует документальное подтверждение устранения ИП <...> нарушения требований Федерального закона «О рекламе» Комиссией принято решение о выдаче ИП <...> предписания об устранении нарушения рекламного законодательства Российской Федерации.

соответствии со статьей 14.37 Кодекса Российской Федерации об

в административных правонарушениях установка и (или) эксплуатация рекламной конструкции без предусмотренного законодательством разрешения на ее установку и эксплуатацию, а равно установка и (или) эксплуатация рекламной конструкции с нарушением требований технического регламента, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 статьи 11.21 настоящего Кодекса, влекут наложение административного штрафа на граждан в размере от одной тысячи до одной тысячи пятисот рублей; на должностных лиц - от трех тысяч до пяти тысяч рублей; на юридических лиц - от пятисот тысяч до одного миллиона рублей.

Поскольку на момент принятия Комиссией решения в материалах дела отсутствуют документы и сведения, подтверждающие правомерность установки и эксплуатации рекламных конструкций, расположенных в г. Кирове по адресам: ул. <...>, ул. <...> Комиссией принято решение о передаче материалов дела в отношении ИП <...> в Управление МВД России по г. Кирову для решения вопроса о возбуждении административного производства по статье 14.37 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В отношении заявленного ИП <...> ходатайства о замене штрафа на предупреждение Комиссией установлено следующее.

В соответствии со статьей 24.4. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, лица, участвующие в производстве по делу об административном правонарушении, имеют право заявлять ходатайства, подлежащие обязательному рассмотрению судьей, органом, должностным лицом, в производстве которых находится данное дело. Ходатайство заявляется в письменной форме и подлежит немедленному рассмотрению. Решение об отказе в удовлетворении ходатайства выносится судьей, органом, должностным лицом, в производстве которых находится дело об административном правонарушении, в виде определения.

Поскольку административное производство по статье 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении индивидуального предпринимателя <...> на дату вынесения решения по делу № 043/05/21-920/2020 не возбуждено, заявленное ходатайство не может быть рассмотрено в рамках настоящего дела, однако будет рассмотрено должностным лицом Кировского УФАС России в рамках административного производства.

На основании части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламопроизводителем, рекламопроизводителем или рекламодателем 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 Кировского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении **индивидуального предпринимателя <...> (ИНН: <...>, ОГРНИП: <...>).**

Уководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным

рганом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 7.08.2006 № 508, Комиссия