

ФЕДЕРАЛЬНАЯ

**АНТИМОНОПОЛЬНАЯ
СЛУЖБА**

УПРАВЛЕНИЕ

**Федеральной антимонопольной
службы**

по Псковской области

ул. Кузнецкая, 13, г. Псков, 180017

тел. (8112) 66-55-53, факс (8112) 66-55-53

e-mail: to60@fas.gov.ru

_____ № _____

На № _____ от _____

**Лицо, в действиях которого
содержатся признаки нарушения
законодательства о рекламе:**

ООО «КИНГ»

ул. Госпитальная, д.3 пом. 11, г.
Псков, 180002;

ул. Мирная, д. 12, г. Псков, 180002;

Рижский пр., д. 52, г. Псков, 180016

ooo.pab1@gmail.com

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ

№ 060/05/21-563/2021

Резолютивная часть решения оглашена 15 октября 2021 года
Псков

г.

В полном объеме решение изготовлено 25 октября 2021 года

Комиссия Псковского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Заместитель председателя Комиссии:

<...>. – заместитель руководителя - начальник отдела товарных рынков и естественных монополий Псковского УФАС России;

Члены Комиссии:

<...>– главный специалист-эксперт отдела товарных рынков и естественных монополий Псковского УФАС России;

<...>– ведущий специалист-эксперт отдела контроля закупок, антимонопольного контроля органов власти и рекламы Псковского УФАС России,

рассмотрев материалы дела № 060/05/21-563/2021, возбужденного в отношении Общества с ограниченной ответственностью «КИНГ» по признакам нарушения требований пункта 3 части 5, пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 5 части 2, части 3, пункта 6 части 1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе)

в отсутствие представителя ООО «КИНГ», уведомленного о времени и месте рассмотрения дела надлежащим образом,

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Управлением Федеральной антимонопольной службы Псковской области (далее – Псковское УФАС России) установлен факт размещения баннеров на фасадах зданий, расположенных по адресам: ул. Мирная, д. 12, г. Псков, Рижский пр., д. 52, г. Псков, с признаками нарушения требований пункта 3 части 5, пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 5 части 2, части 3, пункта 6 части 1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

В ходе осмотра здания по адресу: Рижский пр., д. 52, г. Псков установлено

размещение информации с признаками рекламы следующего содержания:

1. Конструкции с содержанием: «Кафе, Паб, ООО «Белуга», 24 часа» - №1;
2. Конструкции с содержанием: «Табак, алкоголь» с изображением мужчины, держащим в руке рюмку, наполненную жидкостью, напоминающей водку – №2;
3. Конструкции с содержанием: «Пиво, закуски» с изображением бокала, наполненным жидкостью, ассоциирующейся с белым вином и 2 пивных бокала, наполненных жидкостью с пеной, похожей на пиво, а также с изображением закусок к этим напиткам – №3;
4. Размещение на входной группе на внешней стороне двери баннера с надписью: АКЦИЯ разливное пиво Бранденбир (темное) – 109 р.л., Бланш (темное) – 109 р.л., Псковское (светлое) – 89 р.л., Псковское (нефильтрованное) – 89 р.л. а также надпись ПАБ ООО «Белуга».

В ходе осмотра здания по адресу: ул. Мирная, д.12, г. Псков установлено размещение информации с признаками рекламы следующего содержания:

1. Рекламная конструкция с изображением 4 мужчин, держащих в руках кружки, наполненные жидкостью, похожей на пиво» – №1;
2. Размещение на двери баннера «АКЦИЯ разливное пиво Бранденбир, Псковское (светлое) – 89 р.л., Псковское (нефильтрованное) – 89 р.л., Бланш (нефильтрованное) – 109 р.л.» - №2;
3. Рекламная конструкция с надписью, «Самый большой выбор», изображение 2 кружек, наполненных жидкостью, напоминающей пиво, с закусками - №3;
4. Надпись: «АКЦИЯ разливное пиво Бранденбир (темное) – 109 р.л., Псковское (светлое) – 79 р.л., Псковское (нефильтрованное) – 79 р.л., Бланш (нефильтрованное) – 109 р.л. - №6;
5. Надпись: «АКЦИЯ разливное пиво Бранденбир (темное) – 109 р.л., Псковское (светлое) – 89 р.л., Псковское (нефильтрованное) – 89 р.л., Бланш (нефильтрованное) – 109 р.л. - №7;

Содержание рекламной информации и её место размещения зафиксировано с помощью камеры мобильного телефона (фото прилагаются). Составлены акты осмотра от 26.08.2021 и 30.08.2021.

Определением от 14.09.2021 №3450/АТ возбуждено дело № 060/05/21-563/2021 в отношении ООО «КИНГ» по признакам нарушения требований пункта 3 части 5, пункта 1 части 2 статьи 5; пункта 5 части 2, части 3, пункта 6 части 1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе). Рассмотрение дела назначено на 15 октября 2021 года. Согласно почтовым отправлениям №80082964399600, №80082964399594, №80082964399587 Определения о возбуждении дела адресатом не были получены. Каких-либо документов и пояснений в адрес Псковского УФАС России от ООО «КИНГ» представлено не было. Антимонопольным органом были предприняты все необходимые меры по извещению ответчика о

времени и месте рассмотрения дела.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия Псковского УФАС России пришла к следующим выводам:

Согласно статье 3 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» под рекламой понимается 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.

1. Объект рекламирования - товар, средство его индивидуализации, 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 - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Содержание вышеуказанных рекламных баннеров ассоциируется у потенциального потребителя с алкогольной продукцией, а также с определенными марками пива. Соответственно объектом рекламирования является алкогольная продукция.

2. Информация адресована неопределенному кругу лиц.

Федеральной антимонопольной службой России в письме от 05.04.2007 № АЦ/4624 разъяснено, что под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Рассматриваемая реклама направлена на неограниченный круг лиц, в том числе и тех, кто не является потребителями такой продукции (например, несовершеннолетние), поскольку размещение рекламы алкогольной продукции, посредством рекламной конструкции обеспечивает ее свободное восприятие для всех.

3. Информация, которая размещена на баннерах способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению товара на рынке.

Согласно пункту 1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», 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, является рекламой и должна в связи с этим отвечать требованиям, предъявляемым Законом о рекламе.

Рассматриваемая информация является рекламой алкогольной продукции в соответствии с Федеральным законом 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», согласно которому, 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.

Информация, размещенная на баннерах, содержит квалифицирующие признаки рекламы, имеющей целью привлечение внимания неопределенного круга лиц к товару, а именно к алкогольной продукции.

Информация, размещенная на фасадах зданий по адресам ул. Мирная, д. 12, г. Псков и Рижский пр., д. 52, г. Псков отвечает всем признакам рекламы в соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе и является рекламой алкогольной продукции.

Согласно **пункту 3 части 5 статьи 5** Закона о рекламе, в рекламе не допускается демонстрация процессов курения и потребления алкогольной продукции.

К признакам демонстрации процесса потребления алкогольной продукции, в первую очередь, относится показ в рекламе человека, пьющего алкогольную продукцию, держащего в руках бокал, стакан, кружку и т.п. с алкогольной продукцией, открытую бутылку, бочку, пакет, банку для алкогольной продукции.

Управлением установлено, что по адресам:

1. ул. Мирная, д. 12 на рекламной конструкции №1 размещается рекламная информация об алкогольной продукции с использованием образов 4 мужчин, держащих в руках кружки, наполненные жидкостью, похожей на пиво, что указывает на демонстрацию процесса потребления алкогольной продукции;
2. Рижский пр., д. 52 на рекламной конструкции №2 размещается

рекламная информация об алкогольной продукции «Табак, алкоголь» с использованием образа мужчины, держащим в руке рюмку, наполненную жидкостью, напоминающей водку, что также указывает на демонстрацию процесса потребления алкогольной продукции.

В соответствии с **пунктом 1 части 2 статьи 5** Федерального закона «О рекламе» реклама не должна содержать некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно пункту 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В связи с этим, использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

Как было установлено в ходе осмотра баннер №3, расположенному по ул. Мирная, д.12 сопровождается словосочетаниями: «Самый большой выбор» с отсутствием объективного подтверждения, что нарушает пункт 1 часть 2 статьи 5 Закона о рекламе.

В статье 21 Закона о рекламе содержатся требования, предъявляемые к рекламе алкогольной продукции.

В силу **пункта 6 части 1 статьи 21** Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

На рекламных конструкциях:

1. ул. Мирная, д. 12: №1 используются образы людей, что свидетельствует о нарушении пункта 6 части 1 статьи 21 Закона о рекламе.
2. Рижский пр., д. 52: №2 используется образ мужчины, что также свидетельствует о нарушении пункта 6 части 1 статьи 21 Закона о рекламе

В соответствии с **частью 3 статьи 21** Закона 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). Как было установлено в ходе осмотра, информация, размещенная на конструкциях №1, №2, №3, №6, №7, расположенных по ул. Мирная, д. 12 и №2, №3, №4, расположенных по Рижскому пр., д. 52 не содержит предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции.

В соответствии с **пунктом 5 части 2 статьи 21** Федерального закона «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 конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

Информация, размещенная на баннерах №1, №2, №3, №6, №7 по адресу по ул. Мирная, д. 12 и №2, №3, №4 по адресу Рижскому пр., д. 52 расположена на внешних стенах здания и на входной двери магазина (ином конструктивном элементе здания), что нарушает требования пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Учитывая вышеизложенное, в рассматриваемой рекламе содержатся признаки нарушения п. 3 ч. 5, п. 1 ч. 2 ст.5; п. 5 ч. 2, ч. 3, п. 6 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе.

Согласно ответу Комитета по экономическому развитию и инвестиционной политике Псковской области (вх. 1619-р от 31.08.21 и вх. 1652-р от 06.09.21) по адресу: Рижский пр., д.52 (кафе ПАБ), г. Псков и ул. Мирная, д.12 (кафе ПАБ), г. Псков осуществляет свою деятельность ООО «КИНГ» (ИНН 6027192614, 180002, г. Псков, ул. Госпитальная, д.3 пом.11), У ООО «КИНГ» лицензия на розничную продажу алкогольной продукции при оказании услуг общественного питания № 60РПО0000241 от 06 сентября 2019 г. приостановлена.

В силу статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных п. 1 ч. 2, п. 3 ч. 5 ст. 5, п. 6 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе несет рекламодатель, ответственность за нарушение требований, установленных п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе, несет рекламодатель и рекламодатель, ответственность за нарушение требований, установленных ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе, несет рекламодатель и рекламодатель.

В соответствии с пунктом 5 и 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем и рекламодателем вышеуказанной рекламы является ООО «КИНГ» (ИНН 6027192614, 180002, г. Псков, ул. Госпитальная, д.3 пом.11), как лицо, определившее объект рекламирования и осуществляющее

распространение рекламы посредством размещения баннеров на фасадах зданий по адресам: Рижский пр., д.52 (кафе ПАБ), г. Псков и ул. Мирная, д.12 (кафе ПАБ), г. Псков.

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 27.11.2020 № 1922 (далее - Правила).

Согласно пункту 49 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.

Руководствуясь статьями 1, 3, 5, 21 и 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктом 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 24 ноября 2020 года № 1922, Комиссия Псковского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, размещенную на баннерах на фасадах зданий, расположенных по адресам: Рижский пр., д.52 (кафе ПАБ), г. Псков и ул. Мирная, д.12 (кафе ПАБ), г. Псков. д. 4а, так как она противоречит требованиям пункта 3 части 5, пункта 1 части 2 статьи 5; пункта 5 части 2, части 3, пункта 6 части 1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «КИНГ» предписание об устранении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы уполномоченному должностному лицу Псковского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Заместитель

председателя Комиссии

_____ <...>

Члены Комиссии:

_____ <...>

_____ <...>