

РЕШЕНИЕ

по делу № 06-06/74-2017

10 октября 2017 года

город Омск

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

председатель Комиссии – (...),

члены Комиссии: (...),

рассмотрев дело № 06-06/74-2017 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения индивидуальным предпринимателем (...) (далее – ИП (...)) рекламы, содержащей признаки нарушения требований части 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в присутствии ИП (...),

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе 10.08.2017 специалистом Омского УФАС России был установлен факт распространения на конструкции, установленной на крыльце магазина (...), информации следующего содержания: *«Хит продаж Немецкое свет. 1 л – 61 р Жигулевское свет 1 л – 64 р Голдбахер светлое 1 л – 64 р Гусарское светлое 1 л -69 р Черный ястреб свет 1 л – 69 р Хартман светлое н/ф – 64 р Холодный квас, лимонад».*

Согласно режимной вывеске деятельность в магазине по указанному адресу осуществляет ИП (...).

В соответствии с [пунктом 1 статьи 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.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками – распространена наружным способом, в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к магазину и реализуемым им товарам.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Федерального закона «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.

Объектом рекламирования является алкогольная продукция - пиво марок: «Немецкое», «Жигулевское», «Голдбахер», «Гусарское светлое», «Черный ястреб», «Хортман светлое».

Согласно [подпункту «г» пункта 3 статьи 1](#) Федерального закона от 18.07.2011 «О внесении изменений в Федеральный закон от 18.07.2011 № 218-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» и отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившим силу Федерального закона «Об ограничениях розничной продажи и потребления (распития) пива и напитков, изготавливаемых на его основе» с 1 июля 2012 года 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, 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), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива.

В силу части 2.1 статьи 21 Федерального закона «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 и игристого вина (шампанского), 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.

Таким образом, ИП (...) была распространена реклама алкогольной продукции (пива) на конструкции, расположенной на крыльце магазина (...), что является нарушением части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

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

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» ИП (...) является рекламодателем, т.е. лицом, осуществляющим распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В силу части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» за нарушение требований, установленных частью 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», ответственность несет рекламодатель.

В пояснениях ИП (...) (вх. от 08.09.2017 № 7266э) указала, что она осуществляет деятельность по продаже алкогольной продукции (пива) в магазине (...), расположенному по адресу: (...).

Рассмотрев материалы дела, заслушав пояснения ИП (...), Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нарушении ИП (...) требований части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» при распространении наружной рекламы алкогольной продукции (пива).

Учитывая добровольное устранение нарушения, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу об отсутствии необходимости выдачи ИП (...) предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу «Хит продаж Немецкое свет. 1 л – 61 р Жигулевское свет 1 л – 64 р Голдбахер светлое 1 л – 64 р Гусарское светлое 1 л -69 р Черный ястреб свет 1 л – 69 р Хартман светлое н/ф – 64 р Холодный квас, лимонад», распространенную индивидуальным предпринимателем (...) по адресу: (...), ненадлежащей, нарушающей требования части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ИП (...) не выдавать в связи с добровольным устранением нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела должностному лицу Омского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 10 октября 2017 года.

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