

**ФЕДЕРАЛЬНАЯ
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА**

ООО «АНИР»

<...>

**УПРАВЛЕНИЕ
по Кировской области**

ул. К.Либкнехта, 55, г. Киров, 610020

тел. (8332) 64-73-31, факс (8332) 64-96-26

e-mail: to43@fas.gov.ru

№

на №

от

РЕШЕНИЕ

по делу № 043/05/21-241/2019

г. Киров

Резолютивная часть решения оглашена 21 октября 2019 года.

В полном объеме решение изготовлено 30 октября 2019 года.

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

в отсутствие лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «АНИР»;

рассмотрев дело № 043/05/21-241/2019, возбужденное по признакам нарушения пункта 5 части 2 статьи 21, пункта 6 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе») по факту размещения на рекламной конструкции у входа в бар <...>, расположенный по адресу: г. Киров, <...>, информации следующего содержания: *«Обновленное меню. <...>. 25% на вынос. Бизнес ланч по будням с 11 до 15. Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью»*,

УСТАНОВИЛА:

при осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства о рекламе в соответствии со статьей 33 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе») Кировским УФАС России была зафиксирована рекламная конструкция, размещенная около входа в бар <...>, расположенный по адресу: г. Киров, <...>, содержащая информацию: *«Обновленное меню. <...>. 25% на вынос. Бизнес ланч по будням с 11 до 15. Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью»*, (акт фиксации рекламы от 03.07.2019).

Определением от 04.07.2019 было возбуждено дело № 043/05/21-241/2019 в отношении ООО «АНИР» по признакам нарушения пункта 6 части 2 статьи 21, пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе». Рассмотрение дела назначено на 29.07.2019.

Определением от 29.07.2019 срок рассмотрения дела продлен до 04.10.2019 года, рассмотрение дела отложено на 09.09.2019 в связи с необходимостью получения дополнительных материалов и сведений, необходимых для рассмотрения дела по существу.

Определением от 09.09.2019 рассмотрение дела отложено на 21.10.2019 года в связи с необходимостью надлежащего уведомления ответчика о дате, времени и месте рассмотрения дела № 043/05/21-241/2019.

На заседание комиссии, состоявшееся 21.10.2019, ответчик - ООО «АНИР»,

надлежащим образом извещенный о дате, времени и месте рассмотрения дела, представителя не направил, ходатайств не заявлял, запрашиваемые документы не представил.

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

Реклама в соответствии со статьей 3 Федерального закона «О рекламе» - это 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 понимается товар, на привлечение внимания к которому направлена реклама, товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

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 этилового 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 п. 13.1 ст. 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 пивных дрожжей, без добавления этилового спирта, ароматических и вкусовых добавок.

Информация следующего содержания: *«Обновленное меню. <...>. 25%* на вынос. Бизнес ланч по будням с 11 до 15. Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью»*, размещенная на стене у входа в бар <...>, расположенный по адресу: г. Киров, <...>, адресована неопределенному кругу лиц, доступна для всех категорий населения, расположена рядом с пешеходной частью улицы, направлена на формирование интереса («25%* на вынос», «Бизнес ланч по будням с 11 до 15») и привлечение внимания потребителя посредством своего крупного размера. Также рекламная конструкция, на которой расположена спорная информация, оснащена фонарями для освещения размещенных на ней сведений в темное время суток, что привлекает внимание потребителя и делает её доступной для восприятия в любое время.

Информация *«25%* на вынос. *Подробности у бармена»* располагается в центре

рекламной конструкции на фоне изображения желтой жидкости с белой пеной. Данное изображение в совокупности с фразой «*Подробности у бармена*» и предупреждающей надписью: «*Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью*» создает стойкую ассоциацию с алкогольным напитком – пивом. Таким образом, Комиссия Кировского УФАС России делает вывод, что объектом рекламирования в спорной рекламе является алкогольная продукция (пиво).

Определение спорной информации в качестве рекламы алкогольной продукции также подтверждается позицией членов Экспертного совета по применению рекламного законодательства при Кировском УФАС России. В состав Экспертного совета при Кировском УФАС России входят представители научных организаций, общественных организаций, экспертов и специалистов в области лингвистики, психологии, журналистики. Согласно мнению членов Экспертного совета по применению рекламного законодательства при Кировском УФАС России, высказанному на заседании 20.03.2019, спорная информация является рекламой алкогольной продукции, а именно – пива. В частности, членами Экспертного совета было указано, что сочетание названия бара <...> наряду с изображением жидкости желтого цвета и белой пеной, направлено на привлечение внимания потребителей к реализуемому товару (пиву). Кроме того, размещенная на баннере фраза «*Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью*» однозначно свидетельствует о том, что объектом рекламирования является алкогольная продукция. Данная позиция была озвучена с точки зрения восприятия рекламы в качестве потребителей и расценена как ненадлежащая.

Таким образом, информация: «*Обновленное меню. <...>. 25% на вынос. Бизнес ланч по будням с 11 до 15. Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью*» содержит признаки рекламы, перечисленные в ст. 3 Федерального закона «О рекламе», соответственно, такая информация признается рекламой алкогольной продукции.

Статья 1 Федерального закона «О рекламе» устанавливает реализацию права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Согласно пункту 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» не допускается размещение рекламы алкогольной продукции 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.

Рассматриваемая рекламная информация: «*Обновленное меню. <...>. 25% на вынос. Бизнес ланч по будням с 11 до 15. Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью*», нарушает требования, установленные п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе», поскольку размещена с использованием средств стабильного территориального размещения у входа в бар <...>, расположенный по адресу: г. Киров, <...> прочно связана с ограждением и не предназначена для перемещения, монтаж/демонтаж конструкции без использования инструментов невозможен.

Таким образом спорная информация, являющаяся рекламой алкогольной продукции, нарушает требования пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона

«О рекламе».

В соответствии с пунктом 6 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться в детских, образовательных, медицинских, санаторно-курортных, оздоровительных, военных организациях, театрах, цирках, музеях, домах и дворцах культуры, концертных и выставочных залах, библиотеках, лекториях, планетариях и на расстоянии ближе чем сто метров от занимаемых ими зданий, строений, сооружений.

Сотрудниками Кировского УФАС России зафиксирована реклама алкогольной продукции (акт фиксации рекламы от 03.07.2019), размещенная у входа в бар <...>, расположенный по адресу: г. Киров, <...>.

Филиал детского учреждения МОАУ ДО <...> расположен по адресу: г. Киров, <...> имеет лицензию на осуществление образовательной деятельности от 28.11.2016, серия <...>, что позволяет отнести данную организацию к детскому образовательному учреждению.

Определение 100-метровой зоны от границ территорий образовательных организаций осуществляется в соответствии с кадастровым планом муниципального образования.

Согласно письму администрации муниципального образования «Город Киров» от 05.08.2019 №5823-02-13, по данным официального программного обеспечения ГИС ИнГЕО расстояние между границами земельных участков, на которых расположены здания по <...> составляет 26,1 метра.

Таким образом, спорная информация, являющаяся рекламой алкогольной продукции размещена на расстоянии ближе, чем сто метров от здания филиала детского учреждения МОАУ ДО <...>, что является нарушением требований пункта 6 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований пункта 5 части 2 статьи 21, пункта 6 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

Как следует из акта фиксации от 07.09.2019 в баре <...> реализуется следующая продукция: пиво, безалкогольные напитки, снеки, сигареты. В материалах дела имеется кассовый чек от 07.09.19 №0008, подтверждающий, что в помещении по адресу: <...> свою деятельность осуществляет ООО «АНИР». На входной двери бара <...> имеется надпись: «ООО «АНИР», г. Киров, 10005, <...>».

Исходя из содержания рекламы, её расположения и оформления, информации о продавце и реализуемой в баре продукции, Комиссия Кировского УФАС России приходит к выводу, что рекламодателем и рекламодателем спорной рекламы, исходя из понятия, установленного статьей 3 Федерального закона «О рекламе», является ООО «АНИР», которое несет ответственность за нарушение требований пункта 5 части 2 статьи 21, пункта 6 части 2 статьи 21 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 правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Учитывая тот факт, что на момент принятия решения в материалах дела содержится документальное подтверждение устранения нарушения Федерального закона «О рекламе» (акт фиксации от 18.09.2019), комиссия решила не выдавать ООО «АНИР» предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем 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 для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении ООО «АНИР», а также в отношении должностного лица ООО «АНИР».

Руководствуясь статьями 1, 3, 21 и 38 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, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия Кировского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: *«Обновленное меню.<...>. 25% на вынос. Бизнес ланч по будням с 11 до 15. Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью»*, размещенную у входа в бар *«<...>*, расположенный по адресу: г. Киров, *<...>*, так как она противоречит требованиям пункта 5 части 2 статьи 21, пункта 6 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 - ФЗ «О рекламе».

2. Предписание об устранении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ООО «АНИР» (<...>) не выдавать.

3. Передать материалы уполномоченному должностному лицу Кировского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении ООО «АНИР» (<...>) и его должностного лица.

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>