

## **РЕШЕНИЕ**

**по делу № 034/05/21-1210/2019**

25 декабря 2019 года Волгоград

Резолютивная часть решения оглашена 25 декабря 2019 года

Решение изготовлено в полном объеме 10 января 2019 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области (далее – Волгоградское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – Н.И.Б.– заместитель руководителя Управления;

член Комиссии – Д.А.С.– заместитель начальника отдела контроля монополистической деятельности и торговли;

член Комиссии – К.Т.С. – ведущий специалист-эксперт отдела контроля государственных и муниципальных закупок, недобросовестной конкуренции и рекламы,

рассмотрев дело № 034/05/21-1210/2019, возбужденное по признакам нарушения по признакам нарушения п. 5 ч. 2, ч. 2.1, ч. 3 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) в отношении ИП Ч.О.П. (ИНН: 344105897244, ОГРНИП: 319344300079145),

с участием представителя ИП Ч.О.П.- П.А.В. (доверенность от 24.12.2019),

### **УСТАНОВИЛА:**

В Волгоградское УФАС России поступило обращение физического лица (вх. № 10119 от 22.10.2019), с жалобой на нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, выразившееся в распространении наружной рекламы алкогольной продукции (пива) посредством размещения рекламных листовок на фасаде магазин разливного пива «Берлога», обращенных текстом на улицу, по адресу: Волгоград, ул. Академика Богомольца, д. 6а/8 (фото приложено к заявлению).

На указанных листах формата А4 отображена информация:

*Янтарное литр – 50 руб.*

*Традиционное литр – 48 руб.*

*Шампань розовое г Волгоград алк. 5% литр – 80 руб. стакан – 43 руб.*

*Мохито г. Волгоград алк. 5% литр – 60 руб. стакан – 33 руб.*

Специалистами Волгоградского УФАС был проведен мониторинг соблюдения законодательства о рекламе по указанному в обращении адресу. В ходе

мониторинга было установлено, что по адресу: Волгоград, ул. Академика Богомольца, д. 6а/8 на торговом объекте - магазине разливного пива «Берлога» на окне размещены 3 белых листа формата А4.

На листе, расположенном слева в верхнем ряду отображена информация текстом наружу (на улицу): *Янтарное литр – 50 руб.*

На листе, расположенном слева в нижнем ряду отображена информация текстом наружу (на улицу): *Шампань розовое г. Волгоград алк. 5% литр – 80 руб. стакан – 43 руб.*

На листе, расположенном справа в нижнем ряду отображена информация текстом наружу (на улицу): *Мохито г. Волгоград алк. 5% литр – 60 руб. стакан – 33 руб.*

Кроме того, было выявлено, что напротив указанного магазина на улице расположен переносной штендер, на котором с двух сторон отображена информация: *разливное пиво от 70 руб/литр более 16 сортов свежего пива.*

В целях установления лица, осуществляющего деятельность по указанному в обращении адресу, антимонопольным органом направлен запрос в Администрацию Тракторозаводского района города Волгоград (исх. № 02-4/7968 от 25.10.2019).

В ответ на запрос (вх. № 10605 от 07.11.2019) поступила информация, согласно которой деятельность в павильоне «Берлога», расположенном по адресу: Волгоград, ул. Академика Богомольца, д. 6а/8, осуществляет ИП Ч.О.П. (ИНН: 344105897244, ОГРНИП: 319344300079145)

Оценив данную наружную рекламу, размещенную в виде листов формата А4 на окне магазине разливного пива «Берлога», обращенных текстом на улицу, по адресу Волгоград, ул. Академика Богомольца, д. 6а/8, а также в виде переносного штендера, располагаемого на улице напротив указанного магазина, на предмет соответствия рекламному законодательству, специалисты отдела контроля государственных и муниципальных закупок, недобросовестной конкуренции и рекламы установили следующее.

В соответствии с п. 1 ст. 3 Закона о рекламе реклама – 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.

Согласно пункту 2 приведенной статьи 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.

Пункт 3 данной статьи содержит определение товара, согласно которому товар - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Рассматриваемая информация является рекламой, так как отвечает всем

квалифицирующим признакам:

- информация распространена посредством размещения текста на листах формата А4, обращенных текстом на улицу, а также в виде уличного переносного штендера;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке.

Объектом рекламирования выступает - конкретный сорт пива (Янтарное), конкретный вид алкогольного напитка (шампань розовое, Мохито), а также разливное пиво.

В соответствии с Федеральным Законом от 22.11.1995 г. № 171-ФЗ «Об обороте алкогольной продукции», алкогольная продукция – это 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, сидр, пуаре, медовуха.

Согласно п. 5 ч. 2 ст. 21 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.

Исходя из положений ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причём такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

В соответствии с ч. 2.1 ст. 21 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.

Определением от 02 декабря 2019 года Волгоградским УФАС России в отношении ИП Ч.О.П. (ИНН: 344105897244, ОГРНИП: 319344300079145) было возбуждено производство по делу № 034/05/21-1210/2019 по признакам нарушения п. 5 ч. 2, ч. 2.1, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

Согласно устным и письменным пояснениям представителя ИП Ч.О.П. в распоряжении ИП Ч.О.П. имеется 3 магазина. Торговое помещение, на котором размещается рассматриваемая реклама, было арендовано 15 октября 2019 года.

До этого момента в данном помещении осуществляли торговлю разливными напитками. Рекламные листовки на фасаде здания разместил предыдущий хозяин данного помещения. Кроме того было пояснено, что переносной штендер, на котором размещается спорная реклама не принадлежит ИП Ч.О.П.

На настоящий момент ИП Ч.О.П. осуществляет деятельность в другом (соседнем) помещении по тому же адресу, где размещена только вывеска, реклама пива отсутствует.

Информацией о наличии/отсутствии рассматриваемой рекламы в иных торговых точках представитель ИП Ч.О.П. не обладает.

Заявитель на заседание Комиссии не явился, пояснения, ходатайства от него не поступали.

Комиссия Волгоградского УФАС России, изучив материалы дела, оценив содержание рассматриваемой в деле рекламы установила следующее.

В соответствии с п. 1 ст. 3 Закона о рекламе реклама – 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.

Согласно пункту 2 приведенной статьи 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.

Пункт 3 данной статьи содержит определение товара, согласно которому товар - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Рассматриваемая информация является рекламой, так как отвечает всем квалифицирующим признакам:

- информация распространена посредством размещения текста на листах формата А4, обращенных текстом на улицу, а также в виде уличного переносного штендера;

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке.

Объектом рекламирования выступает - конкретный сорт пива (Янтарное), конкретный вид алкогольного напитка (шампань розовое, Мохито), а также разливное пиво.

В соответствии с Федеральным Законом от 22.11.1995 г. № 171-ФЗ «Об обороте алкогольной продукции», алкогольная продукция – это 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, сидр, пуаре, медовуха.

Согласно п. 5 ч. 2 ст. 21 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.

Рассматриваемая реклама распространяется в виде листов формата А4 на окне магазине, обращенных текстом на улицу, а также в виде переносного штендера, которые содержат следующую информацию:

- *Янтарное литр – 50 руб.*
- *Шампань розовое г. Волгоград алк. 5% литр – 80 руб. стакан – 43 руб.*
- *Мохито г. Волгоград алк. 5% литр – 60 руб. стакан – 33 руб.*
- *Разливное пиво от 70 руб/литр более 16 сортов свежего пива.*

В рассматриваемой рекламе указана информация о конкретных сортах пива и иных алкогольных напитков с указанием цен, что свидетельствует о конкретном, точном объекте рекламирования, способном привлечь внимание потребителя.

В соответствии с ч. 2.1 ст. 21 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.

В рассматриваемом случае в рекламе указывается «Шампань розовое алк. 5%», «Мохито алк. 5%», реклама адресована потребителям, которые находятся во вне стационарного торгового объекта, в котором осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, что является нарушением вышеуказанной нормы ч. 2.1 ст. 21 Закона о рекламе.

Согласно ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причём такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

В данной рекламе также отсутствует предупреждение о вреде чрезмерного

потребления алкоголя.

Таким образом, рассматриваемая реклама содержит признаки нарушения п. 5 ч. 2, ч. 2.1, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе, рекламодатель несет ответственность за нарушение ч. 2, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

Пунктом 7 ст. 3 Закона о рекламе установлено, что рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Волгоградским УФАС России установлено, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП Ч.О.П. (ИНН: 344105897244, ОГРНИП: 319344300079145).

На момент вынесения решения по рассматриваемому делу ИП Ч.О.П. не представлены доказательства прекращения распространения спорной рекламы.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закон о рекламе и в соответствии с п. 37-43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия Волгоградского УФАС России

## **РЕШИЛА:**

1. Признать наружную рекламу алкогольной продукции с текстом «разливное пиво от 70 руб/литр более 16 сортов свежего пива; Мохито г. Волгоград алк. 5% литр – 60 руб. стакан – 33 руб.; Шампань розовое г. Волгоград алк. 5% литр – 80 руб. стакан – 43 руб.; Янтарное литр – 50 руб.; Акция Пиво Воронежское Фирменное 60 рублей 1 литр», распространяемую в период с октября по декабрь 2019 года посредством размещения переносного штендера, а также рекламных листовок на белых листах формата А4 на окне торгового объекта - магазина разливного пива «Берлога» по адресу: Волгоград, ул. Академика Богомольца, д. 6а/8, ненадлежащей, нарушающей требования п. 5 ч. 2, ч. 2.1, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

2. Выдать ИП Ч.О.П. (ИНН: 344105897244, ОГРНИП: 319344300079145) предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для принятия решения о возбуждении административного производства по ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ИП Ч.О.П. (ИНН: 344105897244, ОГРНИП: 319344300079145).

Решение может быть обжаловано в Арбитражный суд Волгоградской области в течение трех месяцев со дня вынесения решения в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.