

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

о возбуждении дела № 055/05/21-415/2022 и назначении дела к рассмотрению

20 мая 2022 года
город Омск

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее – Омское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе <...> – врио руководителя Омского УФАС России, рассмотрев материалы, свидетельствующие о признаках нарушения индивидуальным предпринимателем <...> (ИНН <...>, ОГРНИП <...>, далее – ИП <...>) требований пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора (контроля) за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Омским УФАС России 06.04.2022 выявлен факт распространения на фасаде здания, расположенного по адресу: г. Омск, ул. Марченко, д. 8, шести рекламных конструкций с информацией о различных сортах пива, оформленных в виде этикеток:

- «Мюнхенское пиво светлое ЖИВОЕ НЕПАСТЕРИЛИЗОВАННОЕ ПРОИЗВЕДЕНО В СИБИРИ»;
- «БАВАРСКОЕ ЖИВОЕ СВЕТЛОЕ ПИВО»;
- «Немецкое живое ПИВО светлое непастеризованное ЧАСТНАЯ ПИВОВАРНЯ - ЧЕСТНОЕ ПРОИЗВОДСТВО»;
- «Жигулевское 1,5 ПРЕМИУМ 4,6 ЧАСТНАЯ ПИВОВАРНЯ ПРОИЗВЕДЕНО В СИБИРИ»;
- «ЧЕШСКОЕ живое светлое пиво ЧАСТНАЯ ПИВОВАРНЯ ПРОИЗВЕДЕНО В СИБИРИ»;
- «БАРХАТНОЕ живое сварено по ГОСТу ТЕМНОЕ ПИВО ЧАСТНАЯ ПИВОВАРНЯ ПРОИЗВЕДЕНО В СИБИРИ».

Согласно информации на официальном сайте частной пивоварни «Удача» (<http://udachabeer.ru/>) указанные на фасаде здания сорта пива имеют следующую крепость:

- Мюнхенское – 4%;
- Баварское – 4%;
- Немецкое – 4,6%;
- Жигулевское – 4,6%;
- Чешское – 5%;
- Бархатное – 4,2%.

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.

В пункте 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» установлено, что **объект рекламирования** - это 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 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» содержит определение товара, согласно которому **товар** - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к алкогольной продукции (пиву).

При этом указанная информация была распространена с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе:

В силу пункта 1 статьи 455 Гражданского кодекса Российской Федерации товаром по договору купли-продажи могут быть любые вещи, не изъятые из оборота.

Пунктом 1 статьи 467 Гражданского кодекса Российской Федерации предусмотрено, что если по договору купли-продажи передаче подлежат товары в определенном соотношении по видам, моделям, размерам, цветам или иным признакам (ассортимент), продавец обязан передать покупателю товары в ассортименте, согласованном сторонами.

Анализ гражданского законодательства Российской Федерации свидетельствует о том, что объектом рекламирования может быть тот товар, предназначенный для продажи и иного введения в гражданский оборот, который можно индивидуализировать, выделить среди однородной группы товаров.

В соответствии с пунктом 7 статьи 2 Федерального закона № 171-ФЗ от 22.11.1995 «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» **алкогольная продукция** - 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, коньяк, виноградная водка, бренди), вино, крепленое вино, игристое вино, включая российское шампанское, виноградосодержащие напитки, плодовая алкогольная продукция, плодовые алкогольные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

В силу пункта 13.1 статьи 2 Федерального закона «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) 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. Допускается частичная замена пивоваренного солода зерном, и (или) продуктами его переработки (зернопродуктами), и (или) сахаросодержащими продуктами при условии, что их совокупная масса не превышает 20 процентов массы заменяемого пивоваренного солода,

а масса сахаросодержащих продуктов не превышает 2 процентов массы заменяемого пивоваренного солода.

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.

При этом частью 4 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» установлено, что специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом **в отношении рекламы отдельных видов товаров распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов**, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

В информационном письме Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 указано, что информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара. При этом для поддержания интереса к товару не обязателен показ самого товара, **а достаточно изображения различительных элементов (в том числе товарного знака)**, которые использовались при рекламе этого товара.

В нарушение пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» реклама, распространенная на фасаде здания, расположенного по адресу: г. Омск, ул. Марченко, д. 8, содержала информацию о различных сортах пива, выполненную посредством написания слов на русском языке и изображения графических элементов.

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

Согласно информации на режимной вывеске, деятельность в магазине «Пивная удача» осуществляет ИП <...>.

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (пункт 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

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.

Исходя из определений, данных в пунктах 5 и 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», ИП <...> является и рекламодателем, и рекламораспространителем.

Частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» установлено, что рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 2, 13, 24,25 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922,

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № 055/05/21-415/2022 по признакам нарушения пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать лицом, участвующим в деле:

- лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе
– ИП <...>.

3. Назначить дело № 055/05/21-415/2022 к рассмотрению на **16 июня 2022 года в 15:00 часов** по адресу: 644010, г. Омск, пр. Карла Маркса, 12 А, к. 102.

4. ИП <...> в срок до **10 июня 2022 года** представить в адрес Управления:

- письменный отзыв на настоящее определение, с приложением документов, обосновывающих позицию ИП <...>;

- надлежащим образом заверенные копии правоустанавливающих документов на помещение, в котором располагается магазин «Пивная удача» (свидетельство о праве собственности, договор аренды и т.п.), а также договоров на изготовление, размещение и распространение вышеуказанного рекламного материала с приложением документов, подтверждающих их исполнение (акты выполненных работ, счета на оплату, платежные поручения и т.д.).

В связи с эпидемиологической обстановкой рассмотрение дела может осуществляться дистанционно.

Ссылки на предоставление возможности участия в рассмотрении дела об административном правонарушении путем видеоконференцсвязи (далее – ВКС):
<https://fas3.tconf.rt.ru/c/3566022105>.

С инструкцией для участников ВКС можно ознакомиться по ссылке: https://fas.gov.ru/in_ca.pdf.

В случае очного участия при рассмотрении дела просьба соблюдать ограничения, предусмотренные Омским УФАС России: <https://omsk.fas.gov.ru/news/22125>.

Председатель Комиссии <...>