

РЕШЕНИЕ

по делу № 23-Р-2016

23 января 2017г.

г. Чебоксары

Резолютивная часть решения оглашена 20 января 2017 года.

Решение в полном объеме изготовлено 23 января 2017 года.

Комиссия Чувашского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

«...»

Члены Комиссии:

«...»

рассмотрев дело № 23-Р-2016, возбужденное в отношении ООО "АГРОКОМ" по признакам нарушения требований, определенных [части 10.2 статьи 5](#), п. п. 5, [6 ч. 2, ч. 2.1 ст. 21](#) Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», выразившихся в распространении рекламы алкогольной продукции с использованием технических средств стабильного территориального размещения рекламной конструкции, с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции за пределами стационарного торгового объекта, в котором осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, и на расстоянии ближе, чем сто метров от здания детского учреждения,

в отсутствии лиц, извещенных о времени и месте рассмотрения дела надлежащим образом:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - ООО "АГРОКОМ";

заявителя - ОП № 6 УМВД России по г.Чебоксары,

УСТАНОВИЛА:

В адрес Чувашского УФАС России (вх. от 27.10.2016 № 04-10/6783) поступило

заявление ОП № 6 УМВД России по г. Чебоксары (далее Заявитель) на действия генерального директора ООО "АГРОКОМ" «...», указывающих на признаки нарушения статьи 14.3 КоАП РФ по материалам проверки, КУПС от 04.10.2016 № 18362.

Согласно представленной информации, основанием проверки явился факт незаконного размещения баннера рекламы алкогольной продукции и продажи пива на фасаде здания магазина, расположенного по адресу г.Чебоксары, пр-т 9-ой пятилетки, д.2а, следующего содержания: "Свежее разливное пиво". При этом, месторасположение данного магазина и баннера с информацией "Свежее разливное пиво", расположенного при входе в помещение магазина, находятся на расстоянии тридцати метров от нахождения "Детско-Юношеской спортивной школы им. олимпийского чемпиона Соколова В. С." и прилегающей к ней детской площадки, что, по мнению ОП № 6 УМВД России по г. Чебоксары, является нарушением законодательства, указывающего на признаки административного правонарушения, предусмотренного ст.14.3 КоАП РФ.

С точки зрения статьи 3 Федерального Закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ "О рекламе" (далее - Закон 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.

В соответствии с [пунктом 2 статьи 3](#) Закона о рекламе, 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.

[Пунктом 3 этой же статьи](#) определено, что товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, размещенная магазином, публично распространена, адресована неопределенному кругу лиц, формирует интерес потребителей к конкретному товару - пиву, с указанием слогана "Свежее разливное пиво", что способствует формированию и поддержанию интереса к объекту рекламирования и продвижению продажи данного алкогольного напитка на рынке реализации однородной продукции.

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой, поскольку обладает всеми квалифицирующими признаками рекламы. При этом, наглядность в оформлении данной рекламы, в соответствии с фотографией, приобщенной Заявителем к материалам проверки, придают изображения пивной кружки и пивных фужеров с содержанием пенного алкогольного напитка.

В рамках рассмотрения дела, возбужденного Чувашским УФАС России по признакам нарушения Закона о рекламе в отношении ООО "АГРОКОМ", согласно представленным со стороны ООО "Агропром" пояснениям и доказательствам (фотоматериалу), установлено устранение нарушения Закона о рекламе путем закрашивания краской черного цвета рекламной конструкции с ненадлежащей

рекламой, расположенной на конструктивном элементе здания нахождения магазина.

Изучив материалы дела, заслушав доводы ООО "АГРОКОМ", в действиях которого содержатся признаки нарушения Закона о рекламе, Комиссия приходит к следующему.

В силу статьи 21 Закона о рекламе установлено требования к рекламе алкогольной продукции, а также запреты на распространение рекламы такой продукции, в том числе, согласно требованию пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе, 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.

Также из разъяснения ФАС России (письмо от 28.04.2011 № АК/16266 "О некоторых вопросах применения законодательства о рекламе"), а именно в отношении применения пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе к рекламе алкогольной продукции, распространяемой посредством выносных щтендеров, следует, что норма предусматривает запрет на 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.

По смыслу части 1 статьи 19 Закона о рекламе к числу технических средств стабильного территориального размещения относятся щиты, стенды, строительные сетки, перетяжки, электронные табло, воздушные шары, аэростаты и иные объекты, монтируемые и располагаемые на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта.

При этом определяющим признаком для отнесения той или иной конструкции - рекламоносителя к числу технических средств стабильного территориального размещения, по смыслу указанной части статьи 19 Закона о рекламе, является невозможность перемещения и изменения положения в пространстве присоединенной к конструкции рекламы.

Факт того, что рассматриваемая рекламная конструкция имеет стабильное территориальное размещение, подтверждается изображением фотографии, представленной Заявителем.

На данной фотоснимке рекламная конструкция расположена стационарно на внешнем конструктивном элементе стены здания, в котором территориально находится данный магазин, и изменение ее положения и перемещение в пространстве не возможно, что не отрицается законным представителем ООО "Агропром" - генеральным директором «...»

Согласно вышеуказанному письму ФАС России, в случае, если щтендер располагается стационарно, то есть прочно связан с землей, зданиями,

строениями и сооружениями (т.е. объектами недвижимого имущества) и не предназначен для перемещения, такой штендер может быть признан рекламной конструкцией и, соответственно, размещение на нем рекламы алкогольной продукции в силу пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе не допускается.

На основании изложенного, Комиссия приходит к выводу, что рассматриваемая реклама "Свежее разливное пиво", расположенная на рекламной конструкции, прочно связанной с конструктивным элементом здания, размещена с нарушением требований ч.5 п.2 ст.21 Закона о рекламе.

В силу статьи 21 Закона о рекламе установлен также запрет рекламы алкогольной продукции 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 (часть 6 пункта 2 статьи 21 Закона о рекламе).

Из пояснений, представленных на заседании Комиссии 12.12.2016 ООО "Агропром", следует, что "Детско-Юношеская спортивная школа им. олимпийского чемпиона В.С. Соколова" не располагается вблизи рассматриваемого магазина с сентября 2016 года в связи с ее переездом, а прилегающая к ней детская площадка располагается на расстоянии более 50 м от месторасположения рекламной конструкции с содержанием "Свежее разливное пиво", размещенной при входе в помещение магазина.

Таким образом, для установления данного обстоятельства, в рамках рассмотрения настоящего дела, Чувашским УФАС России был осуществлен запрос в адрес администрации г.Чебоксары (исх. от 15.12.2016 № 04-15/9355) о предоставлении информации о территориальном нахождении "Детско-Юношеской спортивной школы им. олимпийского чемпиона В.С. Соколова", а также данные о расстоянии от границ территорий рассматриваемых зданий: помещения магазина и "Детско-Юношеской спортивной школы им. олимпийского чемпиона В.С. Соколова", с прилегающей к ней площадкой.

Согласно представленному ответу (вх. от 22.12.2016 № 04-15/8204) муниципальное бюджетное учреждение дополнительного образования ДЮСШ им. В.С. Соколова управления физической культуры и спорта администрации г.Чебоксары расположено по адресу: г.Чебоксары, ул. Кукшумская, д.7.

Спортивный зал данного учреждения находится по адресу: г.Чебоксары, пр-т 9-ой Пятилетки, д.4 б, на земельном участке с кадастровым номером 21:01:020906:191, согласно публичной кадастровой карте с сайта Росреестра в системе "Интернет" (<http://pkk5.rosreestr.ru>).

Из представленного ответа, следует, что расстояние от угла здания спортивного зала, ближайшего к магазину, до входа в здание нахождения магазина составляет по прямой около 22, 5 м.

Площадка, прилегающая к домам 2а и 4б по пр-ту 9-ой Пятилетки г.

Чебоксары, расположена на земельном участке с кадастровым номером 21:01:020906:140, согласно публичной кадастровой карте с сайта Росреестра в системе "Интернет" (<http://pkk5.rosreestr.ru>), при назначении "для обслуживания дворовой территории".

При этом, расстояние от земельных границ площадки, территориально прилегающей к рассматриваемым зданиям, до входа в здание нахождения магазина составляет по прямой около 26 м.

Таким образом, рассматриваемая наружная реклама алкогольной продукции территориально размещена на расстоянии менее чем сто метров от границ территорий здания спортивного зала МБУ ДО ДЮСШ им. В.С. Соколова, с прилегающей к нему площадкой, и магазином.

Поскольку рекламная информация предназначена для неопределенного круга лиц, то это означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых она направлена.

В данной норме, в соответствии с разъяснением ФАС России (письмо от 27.06.2016 N АД/43482/16), 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.

В связи с тем, что рассматриваемая рекламная конструкция территориально располагалась в непосредственной близости от границ детской спортивной школы, следовательно, данная реклама, предлагаемая, в силу закона, для неопределенного круга лиц, доступна для обозрения не только потенциальных покупателей магазина, но и, в том числе, детей в силу того, что последние пользуются услугами спортивного зала ДЮСШ им. В.С. Соколова и прилегающей к ней площадки.

В настоящее время органы государственной власти Российской Федерации и общество в целом принимают различные меры, направленные на защиту ребенка от информации, пропаганды и агитации, наносящих вред его здоровью, нравственному и духовному развитию, в том числе от рекламы алкогольной продукции.

Требованиями части 6 пункта 2 статьи 21 Закона о рекламе предусмотрено, что 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.

А также в силу части 10.2 [статьи 5](#) Закона о рекламе не допускается распространение рекламы, содержащей информацию, запрещенную для распространения среди детей в соответствии с Федеральным [законом](#) от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", в предназначенных для детей образовательных организациях, детских медицинских, санаторно-курортных, физкультурно-спортивных организациях, организациях культуры, организациях отдыха и

оздоровления детей или на расстоянии менее чем сто метров от границ территорий указанных организаций.

На основании изложенного, Комиссия приходит к выводу, что рассматриваемая реклама алкогольной продукции "Свежее разливное пиво", расположенная на расстоянии ближе чем сто метров от занимаемой физкультурно-спортивной организации, которую в данном случае представляет спортивный зал МБУ ДО ДЮСШ им. В.С. Соколова, размещена с нарушением требований [части 10.2 статьи 5, пункта 6 части 2 статьи 21](#) Закона о рекламе.

В силу части 2.1 статьи 21 Закона о рекламе установлены определенные требования к рекламе алкогольной продукции, в соответствии с которыми 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.

Согласно разъяснению ФАС России (письмо от 02.12.2011 № АК/44977 "О разъяснении некоторых положений Федерального закона "О рекламе"), часть 2.1 статьи 21 Закона о рекламе предусматривает, что реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в печатных изданиях с учетом положений пунктов 1 и 2 части 2 настоящей статьи, в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов, а также в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

Вместе с тем положения Закона о рекламе для рекламы, в том числе в виде рекламных акций, алкогольной продукции (включая пиво) с содержанием этилового спирта менее пяти процентов объема готовой продукции не предусматривают требований по распространению такой рекламы исключительно в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции.

Однако в данном случае, из содержания, представленной потребителю рекламы "Свежее разливное пиво", не представляется возможным определить содержания этилового спирта объема готовой продукции пива, рекламируемого магазином.

В связи с чем, не исключается возможность того, что, магазином рекламируется реализация пива с наличием в нем содержания этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции, в нарушение требований определенных частью 2.1 статьи 21 Закона о рекламе.

На основании изложенного, Комиссия приходит к выводу, что реклама "Свежее разливное пиво", распространяемая с использованием наружных средств рекламы за пределами стационарного торгового объекта, в котором осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, размещена с

нарушением требований части 2.1 статьи 21 Закона о рекламе.

В соответствии с [ч. 7 ст. 38](#) Закона о рекламе ответственность за нарушение [ч. 10.2 ст. 5](#), п. [п. 5, 6 ч. 2, ч. 2.1 ст. 21](#) Закона о рекламе несет рекламораспространитель.

В силу пункта 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламораспространителем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно данным, представленным Заявителем, а также в рамках рассмотрения настоящего дела установлено, что рекламораспространителем в данном случае, является ООО "АГРОКОМ" (ИНН 2130174386, 428027, г.Чебоксары, пр-т 9 Пяилетки, дом 2а).

Из письменного пояснения генерального директора ООО "АГРОКОМ" «...», представленного на заседание Комиссии 12.12.2016, следует, что последний в конце августа 2016 года приобрел помещение магазина по вышеуказанному адресу, в том числе со всей информацией, расположенной вне здания магазина, а именно рекламной конструкцией, монтируемой к внешнему конструктивному элементу стены здания, в котором территориально находится магазин с информацией "Свежее разливное пиво".

Кроме того, «...» сообщил, что на момент рассмотрения дела рассматриваемый магазин не функционирует, а ненадлежащую вышеуказанную информацию он обязуется удалить.

На заседание Комиссии 23.12.2016 «...» представил доказательства (фотоматериал) удаления ненадлежащей рекламы путем закрашивания краской черного цвета рекламной конструкции с рассматриваемой рекламой, расположенной на конструктивным элементе здания нахождения магазина.

Таким образом, руководствуясь пунктом 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 г. N 508 (далее - Правила), ввиду того, что нарушение Закона о рекламе устранено в добровольном порядке, Комиссия приходит к выводу о нецелесообразности выдачи предписания о прекращении нарушения Закона о рекламе.

Проанализировав фактические обстоятельства настоящего дела, руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37-42 Правил, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: "Свежее разливное пиво", смонтированной к внешнему конструктивному элементу стены здания, в котором территориально находится магазин, поскольку в ней нарушено требование [ч. 10.2 ст. 5](#), п. [п. 5, 6 ч. 2, ч. 2.1 ст. 21](#) Закона о рекламе.

2. Признать ООО "АГРОКОМ" (ИНН 2130174386, 428027, г.Чебоксары, пр-т 9 Пяилетки, дом 2а) нарушившим требования [ч. 10.2 ст. 5](#), п. [п. 5, 6 ч. 2, ч. 2.1 ст. 21](#) Закона о рекламе.

3. В связи с добровольным прекращением распространения ненадлежащей рекламы на момент рассмотрения дела, предписание о прекращении нарушения Закона о рекламе ООО "АГРОКОМ" не выдавать.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ООО "АГРОКОМ".

Решение изготовлено в полном объеме 23 января 2017 года и может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

«...»

Члены Комиссии

«...»