

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

об отложении и продлении срока рассмотрения дела № 055/05/21-647/2022

08 сентября 2022 года
город Омск

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

председатель Комиссии – <...>, заместитель руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии: <...>,

рассмотрев дело № 055/05/21-647/2022 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения индивидуальным предпринимателем <...> (ИНН <...>, ОГРНИП <...>, далее – ИП <...>) рекламы, нарушающей требования части 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в отсутствие ИП <...>, в извещении которой предприняты необходимые меры,

УСТАНОВИЛА:

В результате проведения 17.05.2022 мероприятий по контролю за соблюдением обязательных требований Федерального закона «О рекламе» Омским УФАС России выявлен факт распространения на входной двери магазина «Огонек», расположенного по адресу: г. Омск, ул. Блусевич, д. 21, изображения бутылок пива различных сортов «STELLA ARTOIS», «BECK`S», «Heineken», «Korona Extra», «Miller».

При этом изображенные сорта пива имеют следующую крепость:

- Stella Artois Belgium – 5%;
- BECK`S – 5%;
- Heineken - – 5%;
- Korona Extra – 4,5 %
- Miller Genuine Draff – 4,7%.

По определению, данному статьей 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;

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;

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 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» (далее - Федеральный закон «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.

Частью 2.1. статьи 21 Федерального закона «О рекламе» установлено, что 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, крепленого вина и игристого вина, 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, а также на специализированных ярмарках винодельческой продукции (специализированный раздел ярмарки пищевой промышленности и сопутствующих товаров).

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 части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» реклама, распространенная на входной двери магазина «Огонек», расположенного по адресу: г. Омск, ул. Блусевич, д. 21, содержала информацию о различных сортах пива, выполненную посредством написания слов 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 «Огонек» 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, установленных частью 2.1. статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Определением Омского УФАС России от 09.08.2022 в отношении ИП <...> было возбуждено дело № 055/05/21-647/2022 по признакам нарушения требований части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Заседание Комиссии по рассмотрению дела назначено 08.09.2022 в 15:30 часов. Копия определения направлена по адресу регистрации ИП <...> заказным письмом с

уведомлением от 09.08.2022 № 06-6358, однако, согласно информации, размещенной на официальном сайте ФГУП «Почта России» (<http://www.russianpost.ru>), указанное письмо Омского УФАС России (почтовый идентификатор отправления 64401072744805) ИП <...> получено не было и на момент рассмотрения настоящего дела находилось в почтовом отделении с отметкой от 13.08.2022 - «Неудачная попытка вручения».

Учитывая, что Омское УФАС России не обладает достоверными сведениями о надлежащем уведомлении ИП <...> о месте и времени рассмотрения дела, а также в связи с необходимостью получения сведений, имеющих существенное значение для полного и объективного рассмотрения дела, Комиссия приняла решение об отложении дела и продления срока его рассмотрения.

В соответствии с пунктами 31 и 38 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Рассмотрение дела № 055/05/21-647/2022 отложить.
2. Продлить срок рассмотрения дела № 055/05/21-647/2022 до 09 ноября 2022 года.
3. Назначить рассмотрение дела № 055/05/21-647/2022 **на 06 октября 2022 года в 15:30 часов** по адресу: г. Омск, пр. К. Маркса, 12 А, к. 102.
4. ИП <...> в срок до **04 октября 2022 года** представить в адрес Управления письменный отзыв на настоящее определение, с приложением документов, обосновывающих позицию ИП <...>.

Рассмотрение дела может осуществляться дистанционно.

Ссылка на предоставление возможности участия в рассмотрении дела об административном правонарушении путем видеоконференцсвязи (далее - ВКС): <https://fas3.tconf.rt.ru/c/2963133180>.

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

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии: <...>