

ФЕДЕРАЛЬНАЯ
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

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 № 043/05/21-580/2020

г. Киров

Резолютивная часть решения оглашена 09 сентября 2020 года.

В полном объеме решение изготовлено 10 сентября 2020 года.

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

Председателя Комиссии: <...> – заместителя руководителя – начальника отдела контроля закупок Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области;

Членов Комиссии: <...> – начальника отдела финансовых рынков и рекламы Кировского УФАС России, <...> – специалиста 1 разряда отдела финансовых рынков и рекламы Кировского УФАС России,

в присутствии:

представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – <...> – представителя ИП <...> по доверенности № 1 от 19.08.2020,

рассмотрев дело № 043/05/21-580/2020, возбужденное по признакам нарушения ИП <...> пункта 8 статьи 7, пунктов 5, 6, 7 части 2, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»), по факту распространения рекламы, следующего содержания: «ПЕННОЕ. СВЕЖИЕ разливные НАПИТКИ и закуски к ним»; «Пиво от 69 за литр»; «25 пенных прохладительных напитков. 12 заводов производителей России»; «Каждый понедельник 10 % на все»; «Табак. Угли. Аксессуары. ICE SMOKE»,

УСТАНОВИЛА:

при осуществлении государственного надзора за соблюдением хозяйствующими субъектами требований законодательства РФ о рекламе в соответствии со статьей 33 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» Управлением Федеральной антимонопольной службы по Кировской области было установлено, что около входа в магазин разливных напитков «ICE BEERG», расположенного по адресу: г. Киров, ул. <...>, д. <...>, содержится рекламная информация следующего содержания (акт фиксации рекламы от 23.06.2020):

- «ПЕННОЕ. СВЕЖИЕ разливные НАПИТКИ и закуски к ним» с изображением пивной кружки, содержащей светлый пенный напиток (закреплена на растяжке у ограждения магазина «ICE BEERG» с внешней стороны);
- «Пиво от 69 за литр» (размещена на фасаде здания в виде панно)
- «25 пенных прохладительных напитков. 12 заводов производителей России» с изображением стакана и кружки, содержащих светлый пенный напиток, и бочонка (закреплена на растяжке у ограждения магазина «ICE BEERG» со внутренней стороны);
- «Каждый понедельник 10 % на все» с изображением двух кружек, содержащих пенный напиток (размещена на фасаде здания в виде панно);
- «Табак. Угли. Аксессуары. ICE SMOKE» с изображением кальяна (размещена на фасаде здания в виде панно).

Определением от 02.07.2020 было возбуждено дело № 043/05/21-580/2020 в отношении ИП Шишкина Константина Сергеевича по признакам нарушения пункта 8 статьи 7, пунктов 5, 6, 7 части 2, части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе». Рассмотрение дела назначено на 29.07.2020.

Определением от 29.07.2020 рассмотрение дела отложено на 19.08.2020 на основании заявленного ИП Шишкиным К.С. ходатайства об отложении дела в связи с необходимостью предоставления дополнительных документов и сведений, необходимых, по мнению, ответчика для полного и всестороннего рассмотрения дела № 043/05/21-580/2020 по существу.

Определением от 19.08.2020 рассмотрение дела отложено на 07.09.2020 в связи с принятием решения о дополнительной квалификации в спорной рекламе признаков нарушения пункта 6 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

На заседание комиссии, состоявшееся 07.09.2020, ответчик – ИП <...>, надлежащим образом извещенный о дате, времени и месте рассмотрения дела, не явился, ходатайств не заявлял, направил представителя по доверенности – <...> (Доверенность № 1 от 19.08.2020), представил письменные пояснения по признакам нарушения пункта 6 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» от 26.08.2020 (вх. № 6003 от 26.08.2020).

Согласно представленным пояснениям ИП <...> факт нарушения пункта 6 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» не признает, обосновывает свою позицию тем, что измерение кратчайшего расстояния между магазином разливных

напитков «ICE BEERG» и МАОУ ДО «Детско-юношеский центр Октябрьского района» города Кирова Спортивный клуб «Старт», проведенное сотрудниками департамента экономического развития и предпринимательства администрации города Кирова, и которое составляет 41, 426 метра, проведено незаконным способом, так как в материалах дела не содержится информации о конкретном нормативно-правовом акте, на основании которого проводилось данное измерение расстояния по кратчайшему пути. Также ответчик считает, что измерение расстояния между вышеуказанными объектами, проведенное по инициативе ИП <...> ООО «Лаборатория <...>» (вх. № 5680 от 12.08.2020) отражает фактическое расстояние между магазином разливных напитков «ICE BEERG» и МАОУ ДО «Детско-юношеский центр Октябрьского района» города Кирова Спортивный клуб «Старт», а именно 180 метров.

Дополнительно представитель по доверенности – <...> пояснила, что за разъяснениями в администрацию города Кирова относительно вопроса измерения кратчайшего расстояния между магазином разливных напитков «ICE BEERG» и МАОУ ДО «Детско-юношеский центр Октябрьского района» города Кирова Спортивный клуб «Старт», проведенного сотрудниками департамента экономического развития и предпринимательства администрации города Кирова, ИП <...> и представитель по доверенности не обращались.

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

В соответствии с положениями, установленными пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», реклама – 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 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», 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.

Информация следующего содержания: «ПЕННОЕ. СВЕЖИЕ разливные НАПИТКИ и закуски к ним»; «Пиво от 69 за литр»; «25 пенных прохладительных напитков. 12 заводов производителей России»; «Каждый понедельник 10 % на все»; «Табак. Угли. Аксессуары. ICE SMOKE», содержит все юридически значимые признаки рекламы:

- распространена около входа в магазин разливных напитков «ICE BEERG», расположенного по адресу: г. Киров, ул. <...>, д. <...>;
- адресована неопределенному кругу лиц, т.е. тем лицам, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации;
- направлена на формирование интереса («Пиво от 69 за литр», «Каждый понедельник 10 % на все») и привлечение внимания потребителя к объекту рекламирования, который был определен Комиссией как реализуемая магазином

«ICE BEERG» алкогольная продукция (пиво) и табачная продукция на основании следующего.

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.

Согласно пункту 1 статьи 2 Федерального закона от 22.12.2008 N 268-ФЗ «Технический регламент на табачную продукцию» (далее – Федеральный закон «Технический регламент на табачную продукцию») под табаком понимается растение рода *Nicotiana* семейства пасленовых видов *Nicotiana Tabacum*, *Nicotiana Rustica*, возделываемое в целях получения сырья для производства табачных изделий.

В соответствии с пунктом 4 статьи 2 Федерального закона «Технический регламент на табачную продукцию» к видам табачного изделия относятся совокупность курительных и некурительных табачных изделий, сходных по потребительским свойствам и способу потребления. К ним относятся сигареты, сигары, сигариллы (сигариты), папиросы, табак для кальяна, табак курительный тонкорезанный, табак трубочный, биди, крете́к, табак сосательный (снюс), табак жевательный, табак нюхательный, насвай и другие табачные изделия.

Информация «ПЕННОЕ. СВЕЖИЕ разливные НАПИТКИ и закуски к ним» с изображением пивной кружки, содержащей светлый пенный напиток, «25 пенных прохладительных напитков. 12 заводов производителей России» с изображением стакана и кружки, содержащих светлый пенный напиток, и бочонка, а также информация «Каждый понедельник 10 % на все» с изображением двух кружек в совокупности с информацией «Пиво от 69 за литр» создает стойкую ассоциацию с алкогольным напитком – пивом.

Объектный анализ размещенной текстовой информации «Табак. Угли. Аксессуары. ICE SMOKE» в сочетании с графическим изображением кальяна ассоциируется с определенным товаром – табачной продукцией.

Как разъяснил Президиум ВАС РФ в пункте 16 информационного письма от 25.12.1998 N 37, информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Определение спорной информации в качестве рекламы алкогольной продукции также подтверждается позицией членов Экспертного совета по применению рекламного законодательства при Кировском УФАС России (далее – члены Экспертного совета), в состав которого входят представители научных организаций, общественных организаций, экспертов и специалистов в области лингвистики, психологии, журналистики.

Согласно единогласному мнению членов Экспертного совета, высказанному на заседании 09.06.2020, информация: «*Пенное. Свежие разливные напитки и закуски к ним*» с изображением пивной кружки, содержащей светлый пенный напиток; «*25 пенных и прохладительных напитков. 12 заводов – производителей России*» с изображением кружек, содержащих светлый пенный напиток, является рекламой алкогольной продукции, а именно – пива.

В частности, членами Экспертного совета было указано, что информация содержит привлекательные для потребителя фразы «свежие, закуски». Кроме того, использованные в рекламе изображения пивной кружки и пивного стакана, пшеничных колосьев, хмеля в совокупности с предложением пенных напитков формируют у потребителя впечатление о предложении к продаже пива. Указание в рекламе о возможности приобретения закусок говорит об алкогольном характере продукции (другие напитки не закусывают). Как отметили члены Экспертного совета, «пенные, разливные напитки» является устоявшейся фразой применительно к пиву. Также ими было обращено внимание на то, что слово «пенное» употреблено в среднем роде и применимо только к существительному – пиво. Данная позиция была озвучена членами Экспертного совета с точки зрения восприятия рекламы в качестве потребителей.

На основании вышеизложенного, Комиссией был сделан вывод, что объектами рекламирования являются реализуемая магазином «ICE BEERG» алкогольная продукция (пиво) и табачная продукция.

Таким образом, информация «*ПЕННОЕ. СВЕЖИЕ разливные НАПИТКИ и закуски к ним*»; «*Пиво от 69 за литр*»; «*25 пенных прохладительных напитков. 12 заводов производителей России*»; «*Каждый понедельник 10 % на все*»; «*Табак. Угли. Аксессуары. ICE SMOKE*» содержит все признаки рекламы, перечисленные в пункте 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» и, следовательно, является рекламой алкогольной и табачной продукции.

Согласно пункту 1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» 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, является рекламой и должна в связи с этим отвечать требованиям, предъявляемым Федеральным законом «О рекламе».

Статья 7 Федерального закона «О рекламе» устанавливает перечень товаров, которые не подлежат рекламированию.

В соответствии с частью 8 статьи 7 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок.

Рекламная информация: *«Табак. Угли. Аксессуары. ICE SMOKE»* с графическим изображением кальяна нарушает требования, установленные частью 8 статьи 7 Федерального закона «О рекламе», поскольку рекламирует реализуемые в вышеуказанном магазине табачную продукцию и курительные принадлежности.

Таким образом, вышеприведенная рекламная информация нарушает требования части 8 статьи 7 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с главой 3 Федерального закона «О рекламе» к рекламе алкогольной продукции применяются положения об особенностях рекламы отдельных видов товаров.

Согласно пункту 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), располагаемых на внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, сооружений или вне их.

Рекламная информация: *«ПЕННОЕ. СВЕЖИЕ разливные НАПИТКИ и закуски к ним»;* *«Пиво от 69 за литр»;* *«25 пенных прохладительных напитков. 12 заводов производителей России»;* *«Каждый понедельник 10 % на все»* размещена с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), которые прочно связаны с ограждением у входа в магазин «ICE BEERG», а также фасадом здания, расположенного по адресу: г. Киров, ул. <...>, д. <...>. Комиссия Кировского УФАС России делает вывод, что данные рекламные конструкции являются конструктивным элементом здания, не предназначены для перемещения, монтаж и демонтаж конструкций без использования инструментов невозможен.

Таким образом, данная реклама 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.

В соответствии с пунктом 7 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться в физкультурно-оздоровительных, спортивных сооружениях и на расстоянии ближе чем сто метров от таких сооружений.

Реклама «ПЕННОЕ. СВЕЖИЕ разливные НАПИТКИ и закуски к ним»; «Пиво от 69 за литр»; «25 пенных прохладительных напитков. 12 заводов производителей России»; «Каждый понедельник 10 % на все», размещенная на ограждении и фасаде здания у входа в магазин «ICE BEERG» по адресу: г. Киров, ул. <...>, д. <...>, располагается рядом с Муниципальным образовательным автономным учреждением дополнительного образования «Детско-юношеский центр Октябрьского района» города Кирова Спортивный клуб «Старт», расположенного по адресу: ул. <...>, д. <...>.

Согласно документам, представленным Министерством образования Кировской области (вх. № 4665 от 07.07.2020), МОАУ ДО «Детско-юношеский центр Октябрьского района» города Кирова Спортивный клуб «Старт» осуществляет свою деятельность на основании лицензии на осуществление образовательной деятельности № 0040 от 28.11.2016 г.

Исходя из наименования данной организации следует, что МОАУ ДО «Детско-юношеский центр Октябрьского района» города Кирова Спортивный клуб «Старт» является также учреждением физкультурно-оздоровительной, спортивной направленности, так как в названии учреждения используется словосочетание «спортивный клуб».

Таким образом, МОАУ ДО «Детско-юношеский центр Октябрьского района» города Кирова Спортивный клуб «Старт» является одновременно образовательной и спортивной организацией.

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

Для определения 100-метровой зоны установлено кратчайшее расстояние от ближайшей точки периметра зданий, строений, сооружений, ограждений их территории до размещения рекламной конструкции.

Согласно письму администрации муниципального образования «Город Киров» от 13.07.2020 № 4770-06-04 сотрудниками департамента экономического развития и предпринимательства администрации города Кирова было проведено измерение расстояния между магазином разливных напитков «ICE BEERG» и МОАУ ДО «Детско-юношеский центр Октябрьского района» города Кирова Спортивный клуб «Старт» с использованием информационной системы «ИНГЕО». Согласно проведенному измерению кратчайшее расстояние от входа в магазин «ICE BEERG» до ближайшей точки периметра здания, в котором располагается МОАУ ДО «Детско-юношеский центр Октябрьского района» города Кирова Спортивный клуб «Старт», составляет 41,426 метра.

Доводы ответчика – ИП <...>, представленные им в письменном пояснении от 15.07.2020 (вх. № 4961 от 16.07.2020), относительно правил измерения расстояния между вышеуказанными объектами без основательны и не имеют отношения к рассматриваемому делу. Постановление Правительства Москвы от 28 декабря 2005 года N 1069-ПП «О мерах по выполнению нормативных правовых актов Российской Федерации в области государственного регулирования оборота алкогольной продукции» является подзаконным нормативным правовым актом, действие которого распространяется исключительно на территорию города

Москвы. Следовательно, положения данного постановления не применимы к муниципальному образованию «Город Киров».

Относительно доводов ответчика о том, что измерение кратчайшего расстояния между магазином разливных напитков «ICE BEERG» и МАОУ ДО «Детско-юношеский центр Октябрьского района» города Кирова Спортивный клуб «Старт», проведенное сотрудниками департамента экономического развития и предпринимательства администрации города Кирова проведено незаконным способом, так как в материалах дела не содержится информации о конкретном нормативно-правовом акте, на основании которого проводилось данное измерение, а также о том, что, составленный по заказу ответчика ООО «Лаборатория <...>» протокол исследований (испытаний), измерений № 158А-ФФ от 31.07.2020 (вх. № 5680 от 12.08.2020), в котором зафиксировано измерение фактического расстояния от магазина «ICE BEERG» до МАОУ ДО «Детско-юношеский центр Октябрьского района» города Кирова Спортивный клуб «Старт», которое составляет 180 метров с учетом норм, предусмотренных Постановлением Правительства РФ от 23.10.1993 N 1090 «О Правилах дорожного движения», установлено следующее.

Исходя из положений пунктов 6, 7 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» для рекламы алкогольной продукции устанавливается запрет на размещение такой рекламы на расстоянии ближе чем 100 метров от сооружений, перечисленных в данных статьях.

Сто метров надлежит отсчитывать от точки здания, сооружения, ближайшей к месту (торговой точке, рекламной конструкции) распространения рекламы. При этом под запрет подпадает та реклама, которая размещается в любой точке зоны, расположенной ближе чем сто метров (в радиусе сто метров) от указанной точки здания, сооружения. Данные о расстоянии от места распространения рекламы до культурно-оздоровительного объекта можно измерить путем непосредственного сравнения со шкалой (линейки, рулетки) либо запросить у органа местного самоуправления, выдавшего разрешение на установку рекламной конструкции, на которой размещается спорная реклама, либо иного органа, располагающего геодезической информацией о территории.

Согласно пункту 17 статьи 29 главы 6 Устава муниципального образования «Город Киров», принятого решением Кировской городской Думы от 29 июня 2005 г. N 42/19, в полномочия администрации МО «Город Киров», в том числе входит подготовка и утверждение подготовленной на основе генеральных планов муниципального образования документации по планировке территории; подготовка документации по местным нормативам градостроительного проектирования, градостроительному зонированию.

Выводы Комиссии Кировского УФАС России о нарушении установленного законом ограничения при размещении рекламы пива основаны на информации, представленной администрацией города Кирова письмом от 13.07.2020 исх. № 4770-06-04 (вх. № 4989 от 17.07.2020), согласно которой кратчайшее расстояние от входа в магазин «ICE BEERG» до ближайшей точки периметра здания, в котором размещается МАОУ ДО «Детско-юношеский центр Октябрьского района» города Кирова Спортивный клуб «Старт», составляет 41,426 м.

Методика определения расстояния 100-метровой зоны непосредственно до

ближайшей точки здания, где находится образовательное или спортивное учреждение, соответствует положениям пунктов 6, 7 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», предусматривающих расстояние в сто метров от занимаемых ими зданий, строений и сооружений.

Доводы заявителя о том, что расстояние следует исчислять от входа в магазин «ICE BEERG» до входа МАОУ ДО «Детско-юношеский центр Октябрьского района» города Кирова Спортивный клуб «Старт» с учетом норм, предусмотренных Постановлением Правительства РФ от 23.10.1993 N 1090 «О Правилах дорожного движения», Комиссия находит не соответствующими положениям пунктов 6, 7 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

В данном случае кратчайшее расстояние от вышеуказанных рекламных конструкций, расположенных у входа в магазин «ICE BEERG», расположенного со внешней стороны здания по адресу: ул. <...>, д. <...>, до ближайшей точки здания, расположенного по адресу: ул. <...>, д. <...> в котором размещается МАОУ ДО «Детско-юношеский центр Октябрьского района» города Кирова Спортивный клуб «Старт» составляет менее 100 метров согласно документам, представленным компетентным органом – администрацией города Кирова.

Таким образом, вышеуказанная реклама алкогольной продукции размещена на расстоянии ближе, чем сто метров от здания филиала детского учреждения МОАУ ДО «Детско-юношеский центр Октябрьского района» города Кирова Спортивный клуб «Старт», что является нарушением требований пунктов 6, 7 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Согласно части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Исходя из вышеприведенного содержания рекламы алкогольной продукции Комиссия Кировского УФАС делает однозначный вывод об отсутствии предупреждающей информации, что является нарушением части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 6, частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований законодательства РФ о рекламе по пункту 8 статьи 7, по части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель и рекламораспространитель.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований законодательства РФ о рекламе по пунктам 5, 6, 7 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» несет рекламораспространитель.

Из акта фиксации рекламы от 23.06.2020, а также акта фиксации кассового чека от 09.06.2020 следует, что предпринимательскую деятельность в магазине «ICE BEERG» осуществляет ИП <...> (ИНН: <...>).

Согласно информации, представленной ИП <...> от 15.07.2020 (вх. № 4961 от

16.07.2020), на основании купли-продажи действующего бизнеса от 25.05.2020, договора аренды нежилого помещения от 01.06.2020, а также счета-фактуры № 997 от 08.06.2020 и документации на табачные изделия предпринимательскую деятельность по продаже алкогольной и табачной продукции в магазине «ICE BEERG» осуществляет ИП <...>.

Исходя из содержания рекламы, её расположения и оформления, информации о лице, осуществляющего деятельность по продаже алкогольной и табачной 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 ИП <...> (ИНН: <...>, ОГРНИП: <...>), который несет ответственность за нарушение требований пункта 8 статьи 7, пункта 5 части 2 статьи 21, пункта 7 части 2 статьи 21, части 3 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» (приложение 6 к письму от 16.07.2020 вх. № 4961), комиссия решила не выдавать ИП <...> предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем 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.

В соответствии с частью 4 статьи 14.3.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем запрета рекламы табака, табачной продукции, табачных изделий или курительных принадлежностей влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от трех тысяч до четырех тысяч рублей; на должностных лиц - от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста пятидесяти тысяч до шестисот тысяч рублей.

Комиссия считает необходимым передать материалы уполномоченному

должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3, частью 4 статьи 14.3.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении ИП <...>

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: «*ПЕННОЕ. СВЕЖИЕ разливные НАПИТКИ и закуски к ним*»; «*Пиво от 69 за литр*»; «*25 пенных прохладительных напитков. 12 заводов производителей России*»; «*Каждый понедельник 10 % на все*»; «*Табак. Угли. Аксессуары. ICE SMOKE*», размещенную на ограждении и фасаде здания у входа в магазин «ICE BEERG» по адресу: г. Киров, ул. <...>, д. <...>, так как она противоречит требованиям пункта 8 статьи 7, пунктов 5, 6, 7 части 2, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 - ФЗ «О рекламе».

2. Предписание об устранении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе индивидуальному предпринимателю <...> (ИНН: <...>, ОГРНИП: <...>) не выдавать.

3. Передать материалы уполномоченному должностному лицу Кировского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3, частью 4 статьи 14.3.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении ИП <...> (ИНН: <...>, ОГРНИП: <...>).

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии