



**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

РЕШЕНИЕ
по делу №066/05/21-1283/2019

Резолютивная часть объявлена 12.09.2019
В полном объеме изготовлено 23.09.2019

г. Екатеринбург

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел о нарушениях законодательства о рекламе в составе:

<...> – заместитель руководителя управления, председатель Комиссии,
<...> – начальник отдела контроля органов власти, член Комиссии,
<...> – заместитель начальника отдела контроля органов власти, член Комиссии,
при участии:

- заявителя – <...> – личная явка,

- лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства: ООО «Пикник-Т» (ИНН 6659032171, 620036, г. Екатеринбург, ул. Феофанова, 13-13) – <...> (доверенность б/н от 19.07.2019),

рассмотрев в рамках Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, далее – Правила №508), дело №066/05/21-1283/2019, возбужденное по признакам нарушения ч.2 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) по факту распространения в г. Екатеринбурге в торговом павильоне кафе «Пикник-Т» рекламы алкогольной продукции,

УСТАНОВИЛА:

Дело №066/05/21-1283/2019 по признакам нарушения рекламного законодательства возбуждено Определением от 17.06.2019 по итогам рассмотрения заявления физического лица (вх.№01-11619 от 17.05.2019), и назначено к рассмотрению на 29.07.2019. Определением от 29.07.2019 срок рассмотрения дела продлен, дело назначено к рассмотрению на 12.09.2019.

Заявитель указал (вх.№01-11619 от 17.05.2019) о распространении 20.03.2019 ООО «Пикник-Т» (ИНН 6659032171) в торговом павильоне кафе «Пикник-Т», расположенном на территории железнодорожного вокзала ст. Екатеринбург-Пассажирский (г. Екатеринбург, ул. Вокзальная, 22, западное крыло), рекламы алкогольной продукции, а именно, пива «Балтика №7», расположенной на боковой поверхности холодильной установки, размещенной у прозрачного стекла павильона таким образом, что реклама становится доступной восприятию потребителей, не находящихся внутри данного павильона, что, по мнению заявителя, нарушает требования Закона о рекламе.

К заявлению приложен Акт от 20.03.2019, фотографии с места размещения информации, распечатки из сети интернет, подтверждающие, что пиво «Балтика №7» является алкогольной продукцией.

При рассмотрении дела заявитель указал, что в качестве доказательств распространения рассматриваемой рекламы представил в материалы дела фотографии, оформленные Актом от 20.03.2019 на бланке федерального проекта «Общее дело» «Народный контроль». При этом заявитель сообщил, что не является членом организации, реализующей указанный федеральный проект, но взаимодействует с данной организацией, акт подписывал лично как физическое лицо. Фотографии были сделаны им на личный смартфон Samsung, защищенный паролем (дата фото сохранилась в памяти устройства).

Заявитель сообщил, что приобрел продукцию в павильоне ООО «Пикник-Т», получил чек, который у него сохранился, даты фото и чека совпадают. Над входом в павильон висит вывеска «Пикник-Т», которую также видно на фотографиях с рекламой.

Заявитель сообщил, что н сегодняшний день реклама на холодильнике закрыта.

ООО «Пикник-Т» в письменном объяснении за подписью директора <...> (вх.№01-18190 от 19.07.2019) сообщило, что холодильное оборудование, на котором размещено изображение алкогольной продукции – пива «Балтика №7» - предоставлено в январе 2019 г. компанией-поставщиком ООО «Кардинал». Договор на распространение рекламы между ООО «Пикник-Т» и ООО «Кардинал» не заключался, денежного вознаграждения за распространение рекламы ООО «Пикник-Т» не получало. После получения уведомления о возбуждении дела, *нарушения были устранены*. ООО «Пикник-Т» полагает, что надписи на холодильниках не являются рекламой пива, так как они находятся в месте продажи пива (в кафе) и являются предметом торгового оборудования.

Между тем, при рассмотрении дела представитель ООО «Пикник-Т» указал на недопустимость доказательств, представленных заявителем, поскольку фиксация на личное устройство не исключает возможности влияния его владельца на дату создания фотографии. Помещения, которое содержится на представленной заявителем фотографии, у ООО «Пикник-Т» не имеется.

Представитель ООО «Пикник-Т» указал также, что директор общества в письменных пояснениях изложила ситуацию так, как поняла. При этом, реклама пива «Балтика №7» была размещена на рамках дверцы холодильника, повернутого внутрь помещения таким образом, что снаружи увидеть их нельзя. В торговой точке, указало общество, два холодильника, стены помещения сделаны из непрозрачного пластика в виде полос. На фото заявителя, полагает ответчик, зафиксирован вообще не железнодорожный вокзал, так как на вокзале нельзя продавать хотдоги. На вопрос комиссии о том, какое же в таком случае нарушение устранила директор общества, о чем она сообщила в письменных пояснениях (вх.№01-18190 от 19.07.2019), представитель ООО «Пикник-Т» указал, что заклеила ободки дверцы холодильника.

Представитель ООО «Пикник-Т» подчеркнул, что доверяет только уполномоченному органу, который самостоятельно факт нарушения не фиксировал.

Рассмотрев имеющиеся в деле материалы, заслушав участвующее в деле лицо, Комиссия приходит к следующим выводам.

Целями Закона о рекламе являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения

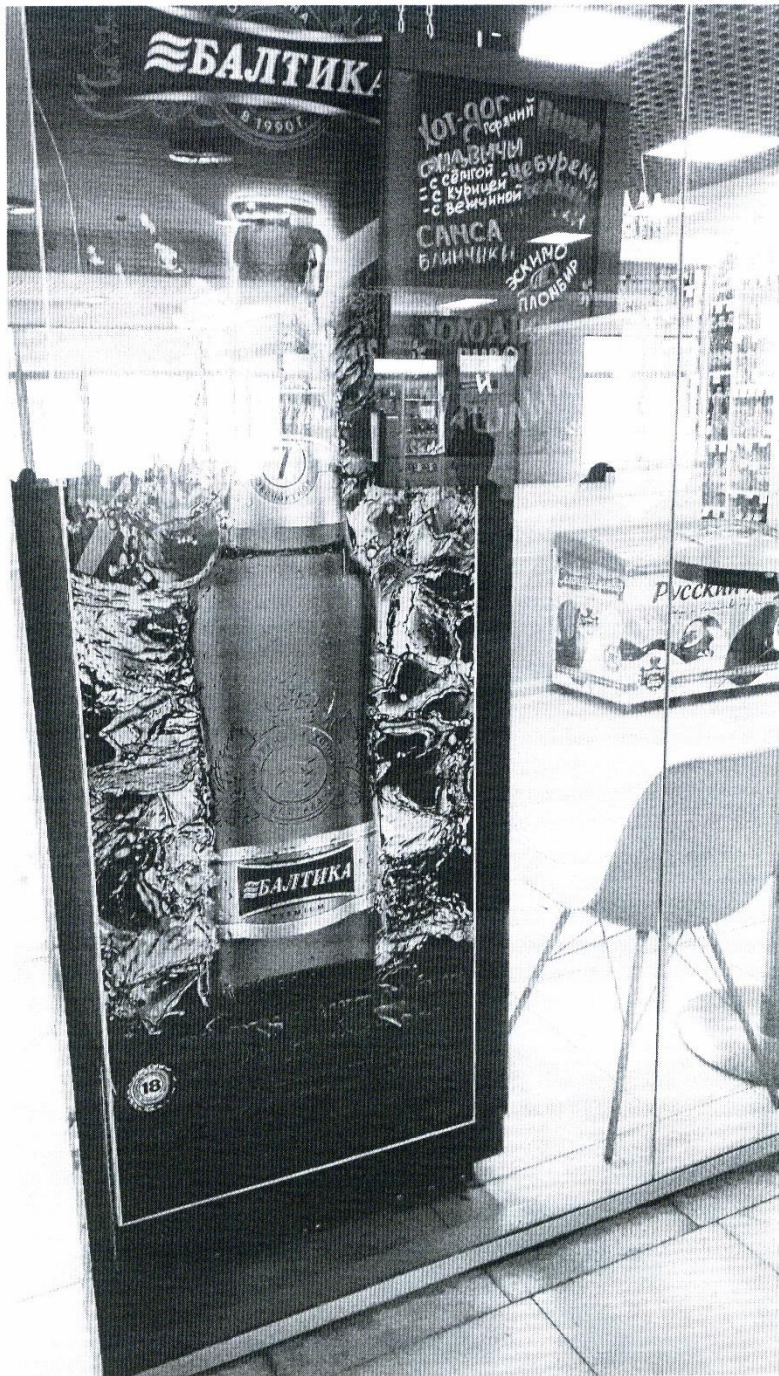
законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы (ст. 1 Закона о рекламе).

Под информацией в ст. 2 Федерального закона от 27.07.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (далее - Закон об информации) понимаются сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления (п.1), а под распространением информации - действия, направленные на получение информации неопределенным кругом лиц или передачу информации неопределенному кругу лиц (п. 9).

Законодательством Российской Федерации согласно ч. 4 ст. 5 Закона об информации могут быть установлены виды информации в зависимости от ее содержания или обладателя. При этом под **рекламой** в ст. 3 Закона о рекламе 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 (п. 1); под **объектом 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 (п.2); под **товаром** – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (п.3).

Реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются (п. 1.ст. 3 Закона о рекламе).

Материалами дела установлено, что 20.03.2019 на боковой поверхности холодильного оборудования, непосредственно примыкающего к прозрачному стеклу ограждения павильона кафе «Пикник-Т», расположенного по адресу: г. Екатеринбург, ул. Вокзальная, 22, этаж 2 (территория железнодорожного вокзала Екатеринбург-Пассажирский), была распространена реклама следующего содержания:



Комиссия полагает, что фотографии, представленные заявителем, достоверны и являются надлежащим доказательством по делу, поскольку сделаны именно снаружи кафе «Пикник-Т», что подтверждается информацией, размещенной на общедоступном информационном ресурсе ООО «Яндекс» в сети Интернет по адресу <https://yandex.ru/search/?text=%D0%BA%D0%B0%D1%84%D0%B5%20%D0%BF%D0%B8%D0%BA%D0%BD%D0%B8%D0%BA-%D1%82%20%D0%B5%D0%BA%D0%B0%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B1%D1%83%D1%80%D0%B3%20%D1%84%D0%BE%D1%82%D0%BE&clid=2186620&lr=213&redircnt=1568981022.1>.

Фото, размещенное по вышеуказанному адресу датировано 21.12.2018, холодильное оборудование на нем не зафиксировано, так как было приобретено ООО «Пикник-Т» лишь 04.01.2019 (товарная накладная №К46461 от 04.01.2019), при этом, помещение (вывеска,

прозрачные стекла павильона, мебель, оборудование внутри, включая холодильник «Кока-Кола» и «Русский холод», часть вывески с меню («пицца, чебуреки...»)) идентично помещению, запечатленному на фотографиях заявителя.

Кроме того, согласно товарной накладной №К46461 от 04.01.2019 поставщик ООО «Кардинал» поставило получателю товар, обозначенный как «Шкаф холод. Extra Large двухдв. «Балтика-7», LED подсветка 220V контроллер Данфосс 0701530000-110».



Косвенным подтверждением того, что реклама пива располагалась именно таким образом, как запечатлено на фотографиях заявителя, является указание директора ООО «Пикник-Т» в письменных пояснениях (вх.№01-18190 от 19.07.2019) о том, что нарушения устранены (в случае же размещения рекламы таким образом, о котором указал представитель ответчика - на рамках дверцы холодильника, повернутого внутрь помещения так, что снаружи увидеть ее нельзя – необходимость в устранении нарушения отсутствовала).

Таким образом, изображение рекламы, запечатленное на фото заявителя, сомнению не подлежит, поскольку подтверждается совокупностью прямых и косвенных доказательств. Даже, если предположить, что заявитель мог изменить дату представленного фото, реклама распространялась в период между 04.01.2019 (дата приобретения холодильника по товарной накладной №К46461) и 19.07.2019 (дата предоставления письменных пояснений ООО «Пикник-Т», в которых содержатся сведения об устранении нарушения), при этом фото заявителя датировано 20.03.2019, то есть, в указанный период.

Согласно п.7 ст.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» **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), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, **пиво** и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

Обжалуемая информация состоит из изображения бутылки на фоне воды, на этикетке бутылки указано: «Пиво сварено для вас. Балтика. 7. Экспортное. Балтика. PREMIUM». Вверху бутылки размещен логотип «Балтика. Основана в 1990 г.», внизу бутылки надпись: «18. Предупреждаем о вреде чрезмерного употребления алкогольной продукции».

Согласно данным сайта <https://www.baltika7.ru> пиво «Балтика №7» является алкогольной продукцией (алкоголь 5,4%).

Согласно **пункту 4 части 2 статьи 21** Закона о рекламе реклама алкогольной продукции не должна размещаться на всех видах транспортных средств общего пользования и с их использованием, а также снаружи и внутри зданий, сооружений, обеспечивающих функционирование транспортных средств общего пользования, за исключением мест, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции.

ФАС России в письме от 13.09.2012 №АК/29977 «О последних изменениях в требованиях к рекламе алкоголя» разъяснила, что **реклама алкогольной продукции не допускается на территории вокзалов, аэропортов, за исключением** рекламы, размещаемой **внутри** тех территорий, на которых допускается реализация алкогольной продукции в соответствии с выданной лицензией (территории магазинов алкогольной продукции, заведений общественного питания, имеющих лицензию на реализацию алкогольной продукции), в том числе так называемых зон «дьюти-фри». **Однако такая реклама должна быть размещена таким образом, чтобы быть направленной на потребителей, находящихся внутри данных территорий.** В случае размещения рекламы алкогольной продукции на внешних стенах (по внешнему периметру) таких территорий для целей восприятия ее потребителями, находящимися **вне** указанных территорий, такая реклама нарушает положения **пункта 4 части 2 статьи 21** Закона о рекламе.

В рассматриваемом случае реклама алкогольной продукции - пива «Балтика №7» размещена таким образом, что доступна восприятию исключительно тех потребителей, которые находятся за пределами кафе «Пикник-Т», не являются посетителями торгового павильона, в котором допускается реализация алкогольной продукции (посетителям павильона реклама просто не видна, холодильник придвинут вплотную к прозрачному стеклу павильона). Таким образом, реклама пива «Балтика №7» направлена на привлечение внимания потребителей, находящихся вне территории кафе «Пикник-Т».

Следовательно, реклама пива «Балтика №7» не соответствует положениям п.4 ч.2 ст. 21 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение требований, установленных ч.2 ст. 21 Закона о рекламе, несет рекламодатель (ч.7 ст.38 Закона о рекламе).

Рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (п.7 ст. 3 Закона о рекламе).

Рекламодателем является владелец холодильного оборудования - ООО «Пикник-Т» (ИНН 6659032171, 620036, г. Екатеринбург, ул. Феофанова, 13-13).

Резолютивная часть согласно пп. «г» п. 42 Правил № 508 решения должна содержать сведения о выдаче предписания (предписаний) с указанием лица (лиц), которому оно выдается.

В материалах дела не имеется доказательств того, что спорная реклама продолжает распространяться. Заявитель сообщил, что реклама в настоящее время завешена.

Таким образом, необходимость в выдаче предписания о прекращении распространения ненадлежащей рекламы отсутствует.

В соответствии с п. 7 ч. 2 ст. 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе применять меры ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

За нарушение рекламного законодательства ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ), предусмотрена административная ответственность.

В резолютивной части решения Комиссия указывает на необходимость передачи дела должностному лицу Управления для рассмотрения дела об административном правонарушении по ст. 14.3 КоАП РФ.

Согласно п. 1 ч. 1 ст. 28.1 КоАП РФ поводом к возбуждению дела об административном правонарушении является, в том числе, непосредственное обнаружение должностными лицами, уполномоченными составлять протоколы об административных правонарушениях, достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения.

Учитывая установленные п. 1.2, п.п. 3.40 -3.45 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12), ч. 1 ст. 37 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» особенности порядков принятия (только коллегиально) решения, являющегося результатом проведенной в ходе осуществления государственного контроля (надзора) проверки (примечание к ст. 28.1 КоАП РФ), и его обжалования (только судебный), у должностных лиц того же самого органа, единолично осуществляющих производство по делу об административном правонарушении, заведомо отсутствуют законные основания как переоценивать изложенные в не оспоренном в установленном порядке решении достаточные данные, указывающие на наличие события административного правонарушения, так и отражать результаты такой переоценки как в протоколе об административном правонарушении, так и в правонарушении, так и в соответствующем постановлении (п. 10.2 Постановления Пленума ВАС РФ от 30.06.2008 №30).

Согласно п. 43 Правил рассмотрения дел, дата изготовления решения в полном объеме считается датой принятия решения.

Юридические лица, согласно ч. 1 ст. 2.10 КоАП РФ, подлежат административной ответственности за совершение административных правонарушений в случаях, предусмотренных статьями особенной части КоАП РФ, а частью 1 ст. 14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность за нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе.

В соответствии с п.п. 1 и 2 ст. 25.4 КоАП РФ защиту прав и законных интересов юридического лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, или юридического лица, являющегося потерпевшим, осуществляют его законные представители, которыми могут являться его руководитель, а также иное лицо, признанное в соответствии с законом или учредительными документами органом юридического лица. Полномочия законного представителя юридического лица подтверждаются документами, удостоверяющими его служебное положение.

В соответствии с ч. 3 ст. 2.1 КоАП РФ в случае совершения юридическим лицом административного правонарушения и выявления конкретных должностных лиц, по вине которых оно было совершено, допускается привлечение к административной

ответственности по одной и той же норме как юридического лица, так и указанных должностных лиц (п. 15 Постановления Пленума ВС РФ от 24.03.2005 № 5).

В соответствии с п. 1 ст. 25.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого возбуждено производство по делу об административных правонарушениях, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства, отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с КоАП РФ.

Согласно ч. 1 ст. 25.15.КоАП РФ лица, участвующие в производстве по делу об административном правонарушении, а также свидетели, эксперты, специалисты и переводчики извещаются или вызываются в суд, орган или к должностному лицу, в производстве которых находится дело, заказным письмом с уведомлением о вручении, повесткой с уведомлением о вручении, телефонограммой или телеграммой, по факсимильной связи либо с использованием иных средств связи и доставки, обеспечивающих фиксирование извещения или вызова и его вручение адресату.

На основании изложенного, руководствуясь ч. 2 п. 1 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с п. п. 37 - 43 Правил рассмотрения дел, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу алкогольной продукции - пива «Балтика №7», расположенной на боковой поверхности холодильной установки, размещенной 20.03.2019 у прозрачного стекла павильона кафе «Пикник-Т», расположенного по адресу: г. Екатеринбург, ул. Вокзальная, 22, этаж 2 (территория железнодорожного вокзала Екатеринбург-Пассажирский), ненадлежащей, нарушающей требования ч.2 ст. 21 Закона о рекламе, поскольку реклама размещена внутри здания, обеспечивающего функционирование транспортных средств общего пользования, при этом доступна восприятию потребителей, не находящихся внутри места, в котором осуществляется розничная продажа алкогольной продукции.

2. Предписание о прекращении распространения ненадлежащей рекламы не выдавать.

3. Законному представителю **ООО «Пикник-Т»** (ИНН 6659032171, 620036, г. Екатеринбург, ул. Феофанова, 13-13) надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 220) **21 октября 2019 г. в 11 час. 00 мин.** для составления в отношении *юридического лица* протокола об административном правонарушении, предусмотренном ч.1 ст.14.3 КоАП РФ с документами, удостоверяющими личность и служебное положение, а также **в срок до 14.10.2019** представить в Управление следующую информацию:

1) сведения о том, относится ли ООО «Пикник-Т» к субъектам малого или среднего предпринимательства (с приложением подтверждающих документов);

2) сведения о том, привлекалось ли ранее ООО «Пикник-Т» к административной ответственности за правонарушения, предусмотренные ч.1 ст.14.3 КоАП РФ;

3) материалы, подтверждающие устранение нарушения, о котором указано в письменных объяснениях ООО «Пикник-Т» (вх.№01-18190 от 19.07.2019) (фото).

4. **Директору ООО «Пикник-Т» <...>** надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 220) **21 октября 2019 г. в 11 час. 30 мин.** для составления в отношении *должностного лица* протокола об административном правонарушении по ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ с документами, удостоверяющими личность и служебное положение, а также представить письменные объяснения (ст. 26.3 КоАП РФ) по

факту выявленного правонарушения, *либо* обеспечить ознакомление с данным Решением и явку того должностного лица», которое было ответственно за соответствие рассматриваемой рекламы законодательству РФ о рекламе, а также в срок до **17.10.2019** представить в Свердловское УФАС России следующие документы (их надлежаще заверенные копии) в отношении директора ООО «Пикник-Т» <...> (иного должностного лица общества, ответственного за выявленное правонарушение):

- паспорт (разворот первой и второй страниц и страницы с пропиской);
- приказ о назначении на должность;
- должностную инструкцию с отметкой об ознакомлении;
- письменные объяснения (ст. 26.3 КоАП РФ) по факту выявленного правонарушения;
- доказательства ознакомления с данным Решением ответственного должностного лица.

В случае явки защитника (ст. 25.5 КоАП РФ), обязательно наличие доверенности (от имени лица, в отношении которого составляется протокол). В случае неявки в указанный срок лица, ответственного за совершение административного правонарушения, предусмотренного ч.1 ст.14.3 КоАП РФ, протокол об административном правонарушении будет составлен в отношении директора ООО «Пикник-Т» <...>.

Непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации) влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двух тысяч до десяти тысяч рублей; на юридических лиц - от двадцати тысяч до двухсот тысяч рублей (ч. 6 ст. 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях).

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

Председатель комиссии <...>

Члены комиссии <...>

<...>