

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области Волгоградского УФАС России (далее – Волгоградское УФАС России или Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии	- заместитель руководителя Управления – Никуйко Ирина Борисовна,
Члены Комиссии	- заместитель начальника отдела – Алимova Елена Владимировна,
	- ведущий специалист-эксперт – Власова Екатерина Александровна,

рассмотрев дело № 18-03-21-02/39 по признакам нарушения ИП Галстян С.Ю. (ОГРНИП 315344300003634, дата присвоения 03.02.2015, ...р.п. Городище, Волгоградская область, 403003) п.п. 5 ч. 2 ст. 21, ч. 2.1 ст. 5 и ч. 3 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе)

в отсутствии сторон, надлежащим образом уведомленных о времени и месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

Территориальный антимонопольный орган Федеральной антимонопольной службы, осуществляющий надзор за соблюдением законодательства о рекламе, руководствуется в своей деятельности Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006г. № 508 (далее - Правила).

В соответствии с п. 12 Правил дело может быть возбуждено Федеральной антимонопольной службой или ее территориальными органами по собственной инициативе при выявлении фактов, указывающих на признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также по представлению прокурора, обращению органа государственной власти или органа местного самоуправления, заявлению физического или юридического лица.

Правилами в п. 4 предусмотрено, что в случае распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, только на территории, подведомственной одному территориальному органу Федеральной антимонопольной службы, дела возбуждаются и рассматриваются по месту распространения такой рекламы.

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области (далее – Волгоградское УФАС России) поступило заявление с жалобой на распространение рекламы пива (вх. № 11427 от 04.12.2017).

По адресу, указанному заявителем (г. Волгоград, ул. Рихарда Зорге, 46А) распространение рекламы подтвердилось (акт мониторинга от 05.12.2017 № 336-р). На стене павильона «Камелот» (слева от входа) расположено два рекламных баннера: «Кропоткинский пивоваренный завод основан в 1908. Кроп-пиво. Живое. Всегда свежее на розлив. 8 (909) 3838880 8 (8442) 600802. www.кроп-пиво.рф)».

По данным открытых источников в сети Интернет установлено, что указанные в рекламе номера телефонов привязаны к компании ООО «Кроп пиво Волга», которое однако прекратила свою деятельность в июле 2017 года.

В рамках рассмотрения заявления была получена информация, что по указанному адресу торговлю осуществляет ИП Галстян С.Ю.

Определением от 05.02.2018 было возбуждено дело № 18-03-21-02/39 п.п. 5 ч. 2 ст. 21, ч. 2.1 ст. 5 и ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе в отношении ИП Галстяна С.Ю. (ОГРНИП 315344300003634, дата присвоения 03.02.2015, р.п. Городище, Волгоградская область, 403003).

ООО «Кроп-пиво» (ИНН 2313020150) в письме от 22.02.2018 указало, что не имеет на территории г. Волгограда офисов, филиалов или представительств, сведениями о рекламодателе, рекламораспространителе рекламы, рассматриваемой в рамках дела № 18-03-21-02/39 не обладает.

ИП Галстян С.Ю. на заседании Комиссии 28.04.2018 указал, что рекламные баннеры: «Кропоткинский пивоваренный завод основан в 1908. Кроп-пиво. Живое. Всегда свежее на розлив. 8 (909) 3838880 8 (8442) 600802. www.кроп-пиво.рф)» были размещена на павильоне по адресу: г. Волгоград, ул. Рихарда Зорге, 46А в 2015 году. Баннеры были предоставлены ИП Хоменковым М.Д. (ИНН 231300254771). ИП Галстян С.Ю. также указал, что считает необходимым привлечь к участию в деле ООО «Торговый Дом «Кроп-пиво» Ростов» (ОГРН 1152364000084). Указанные хозяйствующие субъекты в 2015-2017 г.г. осуществляли поставки пива ИП Галстяну С.Ю., что подтверждается товарными чеками (копии приобщены к материалам дела).

С учётом полученных сведений Комиссия пришла к выводу о необходимости привлечь к участию в деле в качестве лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения, рекламодателей – ИП Хоменкова М.Д. (ИНН 231300254771) и ООО «Торговый Дом «Кроп-пиво» Ростов» (ОГРН 1152364000084) (см. определение от 05.03.2018 после объявленного перерыва в заседании Комиссии 28.02.2018)

03.04.2018 за вх. № 2699 от ИП Хоменкова М.Д. поступила информация, запрошенная определением от 05.03.2018. Индивидуальный предприниматель

подтвердил, что между ИП Хоменковым М.Д. и ИП Галстяном С.Ю. был заключен договор на поставку товара (кеги). Товар поставлялся с 27.01.2016 по 30.08.2017. В рамках заключенного договора рекламная продукция ИП Галстяну С.Ю. ИП Хоменковым М.Д. не предоставлялась. В настоящее время сотрудничество между индивидуальными предпринимателями прекращено.

ИП Галстян С.Ю., который был надлежащим образом извещен о времени и месте рассмотрения дела, иную информацию, в том числе доказательства получения рекламных баннеров от ИП Хоменкова М.Д. или от ООО «ТД «Кроп-пиво» Ростов», доказательства начала распространения рекламы в 2015 году, не представил.

Иных заявлений, ходатайств, объяснений не поступило.

Рассмотрев имеющиеся материалы дела, с учётом доводов лиц, участвующих в рассмотрении дела, Комиссия Волгоградского УФАС России установила следующее.

В соответствии с п. 1 ст. 3 Закона о рекламе реклама – это 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 п. 2 ст. 3 Закона о рекламе объект 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.

Рассматриваемая информация является рекламой, так как отвечает всем квалифицирующим признакам:

- информация распространена посредством наружной конструкции (штендер);
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке.

Объектом рекламирования выступает – пивная продукция Кропоткинского завода «Кроп-пиво». Согласно информации сайта <http://krop-pivo.ru/> завод производит несколько сортов пива, в том числе с содержанием этилового спирта более 5 % («Vock-Beer»).

В соответствии с Федеральным Законом от 22.11.1995 г. № 171-ФЗ «Об

обороте алкогольной продукции» (далее - Закон об обороте алкогольной продукции), алкогольная продукция – это 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), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, **пиво** и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

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 (п. 13.1 ст. 2 Закона об обороте алкогольной продукции).

Согласно п. 5 ч. 2 ст. 21 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.

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 (ч. 2.1 ст. 21 Закона о рекламе).

Вместе с тем согласно [ч. 4 ст. 2](#) Закона о рекламе 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 Законом о рекламе установлены специальные требования и ограничения.

Учитывая изложенное, как указала ФАС России в письме от 15.06.2016 №

СП/40322/16 «О рекламе безалкогольного пива», если распространяется реклама безалкогольного пива с использованием средств индивидуализации продукции (товарных знаков), используемых для обозначения, в том числе пива с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции или иной алкогольной продукции, и из рекламы четко не следует, что объектом рекламирования является именно безалкогольное пиво, то такая реклама должна соответствовать требованиям [ст. 21](#) 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) (ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе).

В рассматриваемой рекламе отсутствует предупреждение о вреде чрезмерного потребления пива, однако данное нарушение ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе поглощается составами иных правонарушений (п. 5 ч. 2 ст. 21, ч. 2.1 ст. 21 Закона о рекламе), так как данная реклама не должна была распространяться вне стационарных торговых объектов.

Спорная реклама распространялась в период 04.12.2017 (как указал заявитель), 05.12.2017 (как установлено актом мониторинга) при помощи наружной рекламной конструкции, размещенной у входа в павильон «Камелот» без предупредительной надписи.

Объектом рекламирования выступила продукция Кропоткинского завода «Кроп-пиво», а именно пиво (алкогольная продукция).

Таким образом, рассматриваемая реклама содержит признаки нарушения п. 5 ч. 2 ст. 21, ч. 2.1 ст. 5 Закона о рекламе.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии со ст. 38 Закона о рекламе за нарушение ч. 2, ч. 2.1 и ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе ответственность несет как рекламораспространитель, так и рекламодаватель.

Пунктом 5 ст. 3 Закона о рекламе установлено, что рекламодаателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо. Рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (п. 7 ст. 3 Закона о рекламе.)

В рассматриваемом случае в качестве рекламораспространителя выступил ИП Галстян С.Ю. (ОГРНИП 315344300003634, дата присвоения 03.02.2015, ... р.п.

Городище, Волгоградская область, 403003). Кроме того, ИП Галстян С.Ю. не отрицает, что осуществлял торговлю продукцией завода «Кроп пиво». Таким образом, ИП Галстян С.Ю. в рассматриваемом случае выступил также как и рекламодаделец.

Признаки нарушения Закона о рекламе в действиях ИП Хоменкова М.Д. (ИНН 231300254771) и ООО «Торговый Дом «Кроп-пиво» Ростов» (ОГРН 1152364000084) не подтвердились.

Рассматриваемая реклама: «Кропоткинский пивоваренный завод основан в 1908. Кроп-пиво. Живое. Всегда свежее на розлив. 8 (909) 3838880 8 (8442) 600802. www.кроп-пиво.рф)», распространяемая посредством наружной рекламной конструкции по адресу: г. Волгоград, ул. Рихарда Зорге, 46А в декабре 2017 года, является ненадлежащей, нарушающей п. 5 ч. 2 ст. 21, ч. 2.1 ст. 5 Закона о рекламе.

Нарушение рекламоделами, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе в силу ч. 4 ст. 38 Закона о рекламе влечёт за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Согласно ч. 3 ст. 36 Закона о рекламе предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе выдаётся на основании решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей и должно содержать указание о прекращении ее распространения.

Материалы дела не содержат доказательств прекращения распространения рекламы. С учётом изложенного Комиссией Волгоградского УФАС были установлены основания для выдачи предписания.

Руководствуясь п. 2 ч. 1 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу: «Кропоткинский пивоваренный завод основан в 1908. Кроп-пиво. Живое. Всегда свежее на розлив. 8 (909) 3838880 8 (8442) 600802. www.кроп-пиво.рф)», распространяемую посредством наружной рекламной конструкции по адресу: г. Волгоград, ул. Рихарда Зорге, 46А в декабре 2017 года, ненадлежащей, нарушающей п. 5 ч. 2 ст. 21, ч. 2.1 ст. 21 Закона о рекламе.

2. Выдать ИП Галстяну С.Ю. (ОГРНИП 315344300003634, дата присвоения

03.02.2015, ИНН 340300566880, ... р.п. Городище, Волгоградская область, 403003) предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Волгоградского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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