

## РЕШЕНИЕ

по делу № 027/05/21-161/2023

Резолютивная часть решения оглашена 27 апреля 2023 года

В полном объеме решение изготовлено 02 мая 2023

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

руководитель управления;

Члены Комиссии:

начальник отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

ведущий специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело № 027/05/21-161/2023 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения ИП Щетнёвой Е.А. рекламы с нарушением требований пункта 6 части 1, частей 2.1, 3 статьи 21 ФЗ Федерального закона № 38-ФЗ от 13 марта 2006 г. «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

в отсутствие ИП Щетнёвой Е.А. (её представителя), извещенной надлежащим образом о дате, месте и времени рассмотрении дела,

### УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю поступила жалоба гр.\* (вх. № 1907/23 от 08.02.2023) о нарушении рекламного законодательства при распространении в г. Хабаровске по ул. Серышева, 72 методом почтовой рассылки рекламной листовки следующего содержания:

- 1 сторона листовки: *«21 января. СТОП-КРАН. Раздадим 1000 л в честь открытия нового салона. г. Хабаровск, ул. Льва Толстого, 16. Не забудьте установить наше приложение «B.R.O.» Чтобы экономить при покупках у нас.*

Доступно для скачивания. Загрузите в App Store. Загрузите на Google play». Рекламная листовка сопровождается изображением людей и QR-кода»;

- 2 сторона листовки: «Календарь выгоды. 21.01 Дарим 1 литр при покупке от 99т р. 22.01 2+1 Акция на разливное пенное. 23.01-27.01 Дарим 0,5 л при покупке рыбы от 199 р. 28.01.-29.01 3 л разливного –249 р Шок-цена! 30.01- 01.02 2+1 Акция на разливное пенное. 02.02-03.02 Дарим 1 литр при покупке от 299 р. 04.02-05.02 1,5 л разливного - 149 р Шок-цена! 06.02-05.03 BRO Дарит 3 литра за 5 фишек. К акциям допускаются все гости, достигшие возраста 18 лет. Уточняйте у бармена салона «стоп Кран» какие сорта участвуют в акции, а также другие подробности». Рекламная листовка сопровождается изображением бутылок, на которые нанесено коммерческое обозначение магазина «Стоп кран» и пивной кружкой, наполненной светлым пенным напитком.

Пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» определено, что 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.

**Информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания и поддержания интереса к продавцу алкогольной продукции (открывшемуся магазину разливных напитков), продвижению его на рынке и, следовательно, является рекламой.**

**Рекламное предложение о выгодных условиях приобретения товара, о предоставлении каждому покупателю подарка формирует дополнительный интерес к открывшемуся магазину «Стоп Кран» и стимулирует потребителя приобрести товар (алкогольную продукцию - пиво) в магазине по адресу: г. Хабаровск, ул. Льва Толстого, 16 .**

Учитывая специфику рекламируемого магазина разливных напитков «Стоп кран», имеющего по профилю своей деятельности широкий ассортимент спиртных напитков (пиво), магазин ассоциируется с алкогольной продукцией, а не с иными напитками и в традиционном понимании, формирует интерес потребителей именно к спиртному. Для потребителя однозначно и непосредственно свидетельствует о возможности приобретения в данном магазине алкогольной продукции (пиво), вне зависимости от того есть ли в рекламе наименование или изображение такой продукции.

Таким образом, реклама, сообщающая об открытии магазина «Стоп Кран», реализующего алкогольную продукцию, и предоставлении подарков покупателям такой продукции, направлена на привлечение внимания к продавцу алкогольной продукции.

В порядке части 4 статьи 2 ФЗ «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 настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

Из рекламы не следует, что она относится к какому либо иному товару, который может быть реализован в данном магазине, следовательно, с учетом части 4 статьи 2 ФЗ «О рекламе» реклама продавца алкогольной продукции должна соответствовать требованиям, предъявляемым к рекламе этого товара.

Частью 2.1. статьи 21 ФЗ «О рекламе» предусмотрено, 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 и игристого вина (шампанского), 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.

Из данной нормы следует, что реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции должна быть размещена таким образом, чтобы быть направленной непосредственно на потребителей, находящихся внутри отделов продаж данной продукции.

Размещенная на листовке реклама проводимой магазином разливных напитков «Стоп кран» акции о приобретении в подарок на определенных условиях, а также о покупках по выгодной цене его продукции (пива) адресована потребителям, находящимся вне отдела продажи алкоголя, и формирует интерес к алкогольным напиткам, в том числе с объемной долей этилового спирта более 5% лиц, не находящихся в помещении магазина «Стоп кран».

Соответственно, такая реклама нарушает положения части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Кроме того, согласно пункту 6 части 1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

Рекламная листовка содержит изображения двух мужчин, держащих в руках пивные бутылки, следовательно, данная реклама нарушает требования пункта 6 части 1 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Согласно части 3 статьи 21 ФЗ «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).

Указанная реклама не содержит предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции, что свидетельствует о нарушении части 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Согласно письменным пояснениям ИП Щетнёвой Е.А. (вх. № 3619-ЭП/23 от 13.03.2023, № 3630/23 от 13.03.2023) размещенные методом почтовой рассылки рекламные листовки предприниматель не изготавливала и не распространяла, в том числе с привлечением третьих лиц. Кроме того, в рекламной листовке отсутствуют конкретные наименования марки, бренды, связанные с алкогольной продукцией.

Данные доводы не принимаются по следующим основаниям.

1. В части довода ИП Щетнёвой Е.А. что листовки ею не изготавливались и не распространялись.

В социальной сети «ВКонтакте» на странице <https://vk.com/id908516> по ссылке [https://vk.com/wall-218301471\\_38](https://vk.com/wall-218301471_38) установлено размещение информации о проводимой магазином «Стоп Кран» акции. Текст размещенной в социальной сети информации полностью совпадает с текстом рекламной листовки, распространенной методом почтовой рассылки.

Из информации ООО «ВКонтакте», представленной по запросу антимонопольного органа (вх. № 4963/23 от 03.04.2023), следует, что пользователем персональной страницы в социальной сети Интернет <https://vk.com/id908516>, разместившем рекламное объявление (прямая ссылка в URL-формате: [https://vk.com/wall-218301471\\_38](https://vk.com/wall-218301471_38)) является Антон Щетнёв, являющегося представителем ИП Щетнёвой Е.А.

Пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» определено, что рекламодаделец – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Из указанного определения следует, что рекламодателем может быть как лицо, заинтересованное в реализации объекта рекламирования (изготовитель товара, продавец товара, лицо, оказывающее услуги), так и иное лицо, если указанное лицо совершило действия по выбору объекта рекламирования (под которым понимается товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение к которым направлена реклама) и содержание рекламной информации.

При этом отнесение того или иного лица к рекламодателю осуществляется исходя из объекта рекламирования, к которому формируется интерес в рекламе, условий договора о распространении рекламы, а также иных обстоятельств распространения рекламы.

Таким образом информация, указанная в рекламной листовке и на странице <https://vk.com/id908516> по ссылке [https://vk.com/wall-218301471\\_38](https://vk.com/wall-218301471_38) в социальной сети «ВКонтакте» размещена в интересах ИП Щетнёвой Е.А.

Согласно пункту 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Деятельность по реализации пива в магазине «Стоп кран» (продавец товара) осуществляет ИП Щетнёва Екатерина Антоновна.

Ответственность за нарушение требований статьи 21 ФЗ «О рекламе» несет как рекламодаделец, так и рекламораспространитель.

Таким образом, рекламодателем, в интересах которого распространялась реклама, и рекламораспространителем является ИП Щетнёва Е.А.

2. При распространении рекламы продавца (производителя) алкогольной продукции, в которой отсутствует указание на средства индивидуализации продукции (товарные знаки), используемые для обозначения алкогольной продукции, однако указываются сведения, формирующие интерес к алкогольной продукции, как к напитку, то такая реклама должна соответствовать требованиям статьи 21 Закона о рекламе.

Пунктом 2 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации № 58 от 08.10.2012 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» разъяснено, что при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы судам необходимо учитывать, что размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара,

поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

В рекламной листовке демонстрируются напитки в бутылках и бокалах, используемых для пива с напитком характерного янтарного цвета с белой пеной сверху. Эффект возникновения ассоциации с определенным товаром – пивом усиливается размещенной на листовке информацией о проводимой магазином «Стоп-кран» акции с привлекательными для потребителя условиями: «Дарим 1 литр при покупке от 99 руб», «2+1 на разливное пенное», «3 л разливного -249 руб. шок-цена», «Дарим 0, 5л при покупке рыбы от 199 р», «Уточняйте у бармена салона «Стоп Кран» какие сорта участвуют в акции...», а также изображением на листовке двух мужчин, держащих в руках пивные бутылки. Несмотря на то, что конкретные марки напитков в рекламе отсутствуют, сочетание перечисленных выше изображений и текстовой информации в сознание потребителя создаёт однозначное представление о приобретении в магазине «Стоп-кран» в подарок на определенных условиях именно алкогольной продукции (пиво). Тем более, что опровергающих данное обстоятельство сведения листовка не содержит.

Кроме того, в нижней части рекламной листовки указано: «К акциям допускаются все гости, достигшие возраста 18 лет. Уточняйте у бармена салона «стоп Кран» какие сорта участвуют в акции, а также другие подробности». Запреты на продажу некоторых видов продукции лицам, не достигшим 18-летнего возраста предусмотрены Федеральными законами: 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»; от 23 февраля 2013 г. № 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака».

Следовательно, размещенная в нижней части листовки информация распространяется на алкогольную продукцию, реализуемую в магазине «Стоп Кран».

Таким образом, распространенная реклама имеет целью привлечение внимания неопределенного круга к продавцу товара и товару, а именно: к магазину «Стоп-Кран» и реализуемой в нем, в том числе, алкогольной продукции (пиву).

Согласно части 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований пункта 6 части 1, части 2.1, части 3 статьи 21 настоящего Федерального закона несет рекламодатель.

Частью 7 ФЗ «О рекламе» предусмотрена ответственность рекламодателя за нарушение требований частей 2.1, 3 ФЗ «О

рекламе».

Установлено, что рекламодателем и рекламораспространителем рекламы является ИП Щетнёва Екатерина Антоновна.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1,2 статьи 36 Федерального Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

### **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу алкогольной продукции, распространенную ИП Щетнёвой Е.А. в г. Хабаровске по ул. Серышева, д.72 методом почтовой рассылки, поскольку в ней нарушены требования пункта 6 части 1, частей 2.1, 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

2. Обязательное для исполнения предписание об устранении нарушения законодательства РФ не выдавать в связи с окончанием срока проведения акции.

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

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