

РЕШЕНИЕ

по делу № 027/05/7-1771/2023

16 января 2024 года
Хабаровск

Г.

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 № 027/05/7-1771/2023 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения ИП * рекламы с нарушением требований пункта 8 статьи 7, части 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе»),

в отсутствие ИП*, извещенного надлежащим образом о дате, месте и времени рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении контрольного (надзорного) мероприятия Управлением Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю 25 октября 2023 года отслежена следующая реклама: «*Пиво, Скидки, Табак*», распространяемая над входом в

торговый павильон, расположенный по адресу: г. Комсомольск-на-Амуре, ул. Аллея Труда, между домами №№ 49, 51.

Фиксация рекламы произведена Дальневосточным главным управлением Центрального банка Российской Федерации (вх. от 15.11.2023 № 18446-М/23) с предоставлением фотоотчёта с размещенной на нём по указанному адресу рекламой.

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.

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 (пункт 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе»).

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.

Учитывая специфику магазина, имеющего по профилю своей деятельности широкий ассортимент алкогольных напитков (пиво), товаров для курения, информация о продаже в данном магазине пива, табачной продукции, в том числе посредством размещения предложения с привлекательной для потребителя информацией (скидки), ассоциируется именно с возможностью приобретения

на таких условиях алкогольной продукции, товаров для курения, а не иных товаров.

Само по себе размещение рекламы с указанием информации о скидках на товары определенной категории (пиво, табак) свидетельствуют о том, что подобная акция направлена на стимулирование интереса потребителей к указанным категориям товара и побуждает приобрести данные товары в торговом павильоне, расположенный по адресу: г. Комсомольск-на-Амуре, ул. Аллея Труда, между домами №№ 49, 51.

Таким образом, распространяя информацию о скидках на один или несколько категорий товаров, лицо таким образом позиционирует себя в качестве продавца такой продукции.

Следовательно, распространенная информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания и поддержания интереса к данному магазину по продаже алкогольной продукции (пиво) и табачных изделий, что способствует увеличению объема продаж в магазине и является рекламой продавца алкогольной, табачной продукции, товаров для курения.

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.

Таким образом как распространённая по адресу: г. Комсомольск-на-Амуре, ул. Аллея Труда, между домами №№ 49, 51 реклама: «Пиво, Скидки, Табак», так и реклама продавца данных товаров может распространяться исключительно в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов.

Однако реклама распространялась над входом в торговый павильон по указанном выше адресу, а следовательно, за пределами разрешенных Законом о рекламе мест.

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

Кроме того, действие рассматриваемой рекламы направлено на неограниченное количество лиц, в том числе на тех, кто не является потребителями табачной продукции (например, несовершеннолетние), поскольку размещение рекламы табачной, кальянной продукцией и курительных принадлежностей способом, обеспечивающим ее свободно восприятие (рекламная конструкция над входной дверью), делают такую рекламу доступной для этих лиц.

Частью 1 статьи 16 Федерального закона от 23.02.2013 № 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» установлен запрет рекламы и стимулирования продажи табака, спонсорства табака, в целях сокращения спроса на табак и табачные изделия.

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

В соответствии с требованиями пункта 8 статьи 7 ФЗ «О рекламе» не допускается реклама табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок,

кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок.

Поскольку действующим законодательством установлен запрет на привлечение внимания потребителей не только к товарам для курения, но и к продавцу таких товаров, распространение рекламы продавца магазина о скидках, расположенного по адресу: г. Комсомольск-на-Амуре, ул. Аллея Труда, между домами №№ 49, 51, предлагающего товары для курения нарушает требования пункта 8 статьи 7 ФЗ «О рекламе».

В пункте 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» указано, что реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно части 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность пункта 8 статьи 7 настоящего Федерального закона несет рекламодаделец.

Частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» предусмотрена ответственность рекламодателя за нарушение требований пункта 8 статьи 7, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Установлено, что деятельность по реализации табачной продукции в магазине кальянов, расположенного в г. Комсомольске-на-Амуре, на ул. Аллея Труда, между домами №№ 49, 51 осуществляет ИП *.

Таким образом, рекламоделем и рекламодателем рекламы является ИП *.

Из информации Управления архитектуры и градостроительства администрации г. Комсомольска-на-Амуре, представленной по запросу антимонопольного органа (вх. от 11.12.2023 № 20434-ЭП/23), следует, что рекламная конструкция эксплуатируется без соответствующего разрешения.

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: «*«Пиво, Скидки, Табак»*», распространяемую ИП * над входом в торговый павильон, расположенный по адресу: г. Комсомольск-на-Амуре, ул. Аллея Труда, между домами №№ 49, 51, поскольку в ней нарушены требования пункта 8 статьи 7, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе».
2. Выдать ИП * обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Хабаровского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 4 статьи 14.3.1 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).