

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

о возбуждении дела № 012/05/21-466/2021

по признакам нарушения законодательства о рекламе

«26» мая 2021 года
Йошкар-Ола

г.

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, заместитель руководителя – начальник отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов, рассмотрев материалы по заявлению от 26.03.2021 вх. № 2701 по факту распространения рекламы магазина разливных напитков «Пивной № 1» с признаками нарушения пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛ:

В адрес Марийского УФАС России поступило обращение С. от 26.03.2021 вх. № 2701 о размещении рекламы разливного пива по адресу: ул. Советская, д. 28а, пгт. Медведево, РМЭ.

Из приложенного к заявлению фото следует, что по данному адресу расположен магазин разливного пива: «Пивной № 1».

Кроме того, в рекламе, размещенной на витрине магазина, указано на наличие ассортимента в 40 видов пенного, также изображены бокалы, наполненные пивом:

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 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.

В пункте 2 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых

вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» установлено, что при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы 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 соответствии с пунктом 2 статьи 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.

В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе товаром признается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Из анализа текста рекламы следует, что объектом рекламирования выступает алкогольная продукция, реализуемая в магазине «Пивной № 1», а также сам магазин.

Если рекламная информация представляет интерес и доступна также и иным лицам, не только входящим в ее целевую аудиторию, то направленность такой рекламы выходит за пределы целевой аудитории и относится к неопределенному кругу лиц.

Согласно Письму ФАС России от 05.04.2007 года исх. № АЦ/4624 под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Согласно Письму ФАС России от 20.06.2018 № АД/45557/18 «Об оценке неопределенного круга лиц в рекламе» квалификация информации как рекламы либо иного рода информации зависит от совокупности направленности и содержания сути сведений, приведенных в такой информации.

Содержание, стиль оформления и подачи рассматриваемой информации свидетельствует о направленности на привлечение внимания неопределенного круга лиц - к представляемой алкогольной продукции.

Размещаемая на стене дома реклама пива направлена на привлечение внимания идущих по улице граждан, а не на покупателей в месте продажи алкоголя, поскольку любой прохожий, как совершеннолетний, так и нет, может увидеть данную рекламу.

В связи с чем, усматривается, что подобный способ размещения информации об алкогольной продукции подпадает под признаки рекламы.

Следовательно, указанная информация по своему содержанию и целевой направленности является рекламой.

Согласно письму ФАС России от 29.05.2020 № АК/45803/20 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.

Согласно [пунктам 4 и 5 статьи 2](#) Федерального закона "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" стационарным торговым объектом является торговый объект, представляющий собой здание или часть здания, строение или часть строения, прочно связанные фундаментом такого здания, строения с землей и присоединенные к сетям инженерно-технического обеспечения, специально оснащенные оборудованием, предназначенным и используемым для выкладки, демонстрации товаров, обслуживания покупателей и проведения денежных расчетов с покупателями при продаже товаров.

В соответствии с [пунктом 7 статьи 2](#) Федерального закона № 171-ФЗ от 22.11.1995 «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.

[Пунктом 5 части 2 статьи 21](#) Закона о рекламе установлено, что 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.

Указанная рекламная конструкция располагается на стене многоквартирного дома, что противоречит требованиям [пункта 5 части 2 статьи 21](#) Закона о рекламе.

Кроме того, согласно [части 3 статьи 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).

Как видно из фотографии спорной рекламы предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции отсутствует.

На основании вышеизложенного, Марийским УФАС России усматриваются признаки нарушения пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частями 6, 7 статьи 28 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований части 3 статьи 21 Закона о рекламе несет рекламодатель и рекламораспространитель, требований пункта 5 части 2 статьи 21 – рекламораспространитель.

В соответствии с пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно сведениям, указанным на кассовом чеке приобретенного товара в магазине «Пивной № 1», предпринимательскую деятельность осуществляет ИП Б. Указанная рекламная конструкция располагается в месте осуществления предпринимательской деятельности ИП Б., привлекает внимание к магазину «Пивной № 1».

Из изложенного следует, что рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы выступает ИП Б.

Таким образом, антимонопольный орган усматривает в действиях ИП Б. признаки нарушения пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Закона о рекламе при распространении и размещении рассматриваемой рекламы.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктом 20 Правил рассмотрения антимонопольными органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922 «Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе»,

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № 012/05/21-466/2021 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Назначить дело № 012/05/21-466/2021 к рассмотрению на **16 июня 2021 года в 10 часов 30 минут (по Московскому времени)** в помещении Марийского УФАС России, по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Волкова, д. 164.

3. Признать лицом, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

- индивидуальный предприниматель ИП Б.

4. Явка лиц, участвующих в деле (либо представителей с надлежащим образом оформленными доверенностями), является правом, а не обязанностью.

5. **ИП Б. в срок до 14 июня 2021 года** представить в Марийское УФАС России следующие документы и сведения:

-копии заявок, договоров на изготовление/размещение рекламной информации магазина разливных напитков «Пивной № 1»;

-копии документов, подтверждающих факт оказания услуг по размещению рекламы (подписанные обеими сторонами акты об оказанных услугах, платежные поручения и т.п.);

- сведения о поставщиках алкогольной продукции (наименование, ИНН, ОГРН, адрес места нахождения, адрес электронной почты и т.п.);

- полный перечень реализуемой алкогольной продукции года с указанием стоимости и объема реализации с момента размещения рекламы с приложением подтверждающих документов.

Представить мотивированную правовую позицию со ссылками на нормы права по следующим вопросам:

1) изложить позицию о том, кто является рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламораспространителем указанной выше рекламы (с учетом положений статьи 3 Федерального закона «О рекламе»);

2) каким образом и в какой форме были сделаны заявки на изготовление/размещение рекламной информации?

4) что является объектом рекламирования в вышеуказанной рекламе?

5) какова цель размещения рассматриваемой рекламы?

6) кто является потребителями рекламируемых услуг?

7) признаете ли Вы нарушение требований пункта 5 части 2, части 3 статьи 21?

8) иные сведения и материалы, имеющие значение при рассмотрении данного дела.

Все затребованные документы должны быть оформлены в соответствии с требованиями делопроизводства, подписаны должностным лицом и заверены печатью. В случае невозможности представления документов в указанные сроки просим направить их по факсу: (8362) 56-60-56 либо по электронной почте, с последующим направлением по почте.

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) согласно части 6 статьи 19.8 КоАП РФ 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.

Заместитель руководителя-

начальник отдела