

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ

### О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА № 012/05/21-684/2023 И НАЗНАЧЕНИИ ДЕЛА К РАССМОТРЕНИЮ

«28» июля 2023 года г. Йошкар-Ола

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 факту распространения рекламы алкогольной продукции по адресу: Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, ул. Ленинский проспект, д. 16а, с признаками нарушения части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

#### **УСТАНОВИЛА:**

Сотрудниками Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) в ходе осмотра наружной рекламы установлен факт размещения рекламы «ПИВНОЙ САЛОН СТОП КРАН 42 КРАНА РАЗЛИВНОГО (с изображением шишки хмеля, кружки с изображением пузырьков», расположенной на стекле здания по адресу: Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, ул. Ленинский проспект, д. 16а, следующего содержания:

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 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 торговом объекте «СТОП КРАН», 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.

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.

Направленность рекламы на неопределенный круг лиц оценивается исходя из выбранного способа и средства распространения рекламы, а также содержания самой рекламной информации.

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

Размещаемая на стекле здания реклама 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.

Согласно правовой позиции Высшего Арбитражного Суда Российской

Федерации, изложенной в пункте 1, 2 Постановления Пленума от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», в пункте 1 статьи 3 Закона о рекламе указано, что 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, является рекламой и должна, в связи с этим отвечать требованиям, предъявляемым Законом о рекламе.

Проанализировав содержание спорной информации, способы её размещения и распространения, Марийское УФАС России пришло к выводу, что рассматриваемая информация по своему содержанию и целевой направленности подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками – размещена на стекле здания; адресована неопределенному кругу лиц; направлена на привлечение внимания потребителей к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке.

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.

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 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 рекламоделец и рекламодатель и рекламодатель.

В соответствии с пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламодаделец - 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; рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Марийским УФАС России установлено, что предпринимательскую деятельность по адресу: Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, ул. Ленинский проспект, д. 16а осуществляет ИП П. (ИНН: <...>, ОГРНИП: <...>, адрес регистрации: <...>).

Указанная рекламная конструкция располагается в месте осуществления предпринимательской деятельности ИП П.

Из изложенного следует, что рекламоделем и рекламодателем рассматриваемой рекламы выступает ИП П.

Таким образом, антимонопольный орган усматривает в действиях ИП П. признаки нарушения 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 пунктами 24, 25 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 № 012/05/21-684/2023 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
2. Назначить дело № 012/05/21-684/2023 к рассмотрению на **24 августа 2023 года в 11 часов 00 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: ИП П. (ИНН: <...>, ОГРНИП: <...>, адрес регистрации: <...>).
4. ИП П. в срок до 14 августа 2023 года представить в Марийское УФАС России следующие документы и сведения (с сопроводительным письмом, где указываются в качестве приложений все запрошенные документы):
  - копии заявок, договоров на изготовление/размещение рекламной информации на торговом объекте «СТОП КРАН»;
  - копии документов, подтверждающих факт оказания услуг по размещению рекламы (подписанные обеими сторонами акты об оказанных услугах, платежные поручения и т.п.);
  - полный перечень реализуемой алкогольной продукции 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?

3. что является объектом рекламирования в вышеуказанной рекламе?
4. какова цель размещения рассматриваемой рекламы?
5. кто является потребителями рекламируемых услуг?
6. признаете ли Вы нарушение требований части 3 статьи 21 Закона о рекламе?
7. 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 электронной почте, с последующим направлением по почте.

Сообщаем, что Вы вправе принять участие в заседании комиссии посредством удаленного доступа через программу «TrueConf» по ссылке <https://fas1.tconf.rt.ru/c/3498717860>.

Подключение к конференции возможно в том числе со смартфона или планшета под управлением операционной системы Android или iOS.

Информацию об участии в рассмотрении дела посредством удаленного доступа необходимо сообщить в Марийское УФАС России по телефону 8 (8362) 41-76-21.

Заместитель руководителя управления - начальник отдела