

## РЕШЕНИЕ

по делу № 027/05/21-813/2024

28 июня 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,

главный специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело № 027/05/21-813/2024 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения – индивидуальным предпринимателем рекламы, нарушающей требования пункта 6 части 1, пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

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

### УСТАНОВИЛА:

Хабаровским УФАС России 31 мая 2024 года по результатам выездного обследования установлено размещение рекламы продавца алкогольной продукции на рекламной конструкции по адресу: г. Хабаровск, ул. Запарина, д. 121, фасад магазина «К литру литр» следующего содержания: **«КЛЮЭРИКОН. К литру литр. Свежее, вкусное, тёмное, светлое, лимонад! Чрезмерное употребление**

**алкоголя вредит вашему здоровью»,** сопровождаемое изображением Ключэрикона, держащего в левой руке бутылку виски, в правой стакан с виски.

Согласно пункту 1 статьи 3 ФЗ «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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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 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.

В соответствии с пунктом 16 Информационного письма ВАС от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Вышеназванная информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к магазину «К литру литр», и к характеристикам напитков, реализуемым в нем, в том числе и пива, следовательно, данная информация является рекламой.

Реклама содержит вкусовые характеристики товара, реализуемого в магазине (в том числе и пива) «**Свежее, вкусное**», ассортимент,

разновидность данного товара: **«тёмное, светлое»**, предупредительную надпись о вреде алкоголя: **«Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью»**.

Кроме того, реклама сопровождается изображением Клюэрикона – небольшого духа или эльфа из ирландской мифологии, который живет в погребе и отвечает за сохранность пива и вина. Клюэрикон выглядит как маленький, неугомонный и вечно пьяный старичок, который обожает копошиться в погребе и искать там сокровища, чтобы это не значило. Он впадает в бешенство, если кто-либо крадет бухло из его погреба, и способен насрать на такого человека проклятье.

Учитывая специфику магазина, имеющего по профилю своей деятельности широкий ассортимент алкогольных напитков, в том числе пива, информация, содержащаяся в рекламе, учитывая комплексное ее содержание, состоящее из текстовой и иллюстрационной информации, ассоциируется именно с возможностью его приобретения.

Для потребителя данное предложение однозначно и непосредственно свидетельствуют о возможности приобретения в данном магазине алкогольной продукции (пива), вне зависимости от того есть ли в рекламе наименование или изображение такой продукции.

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.

Пунктом 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» установлен запрет на размещение рекламы алкогольной продукции 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.

Согласно части 2.1. названного закона 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.

В соответствии с пунктом 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).

В нарушение данной нормы реклама магазина «К литру литр» содержит образ Ключэрикона.

Следовательно, реклама противоречит пункту 6 части 1, пункту 5 части 2, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Согласно части 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение пункта 6 части 1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» несет рекламодаделец.

На основании части 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 закона несет рекламодатель.

Установлено, что рекламодателем и рекламодателем одновременно, лицом в чьих интересах распространяется реклама, является Индивидуальный предприниматель \*.

До даты рассмотрения дела ИП \* предоставлены письменные пояснения (вх. № 9226-ЭП/24 от 06.06.2024), из которых следует, что нарушение совершено в связи с незнанием рекламного законодательства, реклама демонтирована, фото прилагается.

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 продавца алкогольной продукции, размещенную на рекламной конструкции, установленной по адресу: г. Хабаровск, ул. Запарина, д. 121, на фасаде магазина «К литру литр» следующего содержания: **«КЛЮЭРИКОН. К литру литр. Свежее, вкусное, тёмное, светлое, лимонад! Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью»**, сопровождаемую изображением Ключэрикона, держащего в левой руке бутылку виски, в правой стакан с виски, поскольку в ней нарушены требования пункта 6 части 1, пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13 марта 2006 года ФЗ «О рекламе».

2. Обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства ИП \* не выдавать, в связи с добровольным устранением нарушения до даты рассмотрения дела.

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 изготовлено в полном объеме 28 июня 2024 года.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии:

