

РЕШЕНИЕ

по делу № 027/05/21-1649/2023

19 декабря 2023 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 № 027/05/21-1649/2023 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения ООО «Янтарь» рекламы с нарушением требований пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

в присутствии директора ООО «Янтарь» ,

УСТАНОВИЛА:

В ходе контрольного (надзорного) мероприятия Хабаровским УФАС России 16 ноября 2023 года отслежена реклама следующего содержания: *«Весёлый папа. Регулярные скидки, акции. Номер предзаказа 68-78-78»*, распространяемая на фасаде магазина по продаже пива, расположенного в г. Хабаровске, ул. Слободская, 16.

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.

Информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания и поддержания интереса к продавцу алкогольной продукции (магазину пива «Весёлый папа»), продвижению его на рынке и, следовательно, является рекламой.

В соответствии с частью 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.

Рассматриваемая реклама, сообщающая о возможности получения скидок, об участии в акциях в магазине «Весёлый папа», реализующего алкогольную продукцию, направлена на привлечение внимания к продавцу алкогольной продукции.

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

Согласно пункту 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» 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.

Так, под рекламной конструкцией понимаются любые конструкции, прочно (стабильно, стационарно) связанные с объектом

недвижимого имущества таким образом, что такая связь делает невозможным монтаж/демонтаж конструкции без использования специальных технических средств или устройств (машин, механизмов, инструментов т.п.), такие конструкции при размещении на них рекламы являются рекламными конструкциями.

Указанная рекламная конструкция располагается на фасаде здания, что противоречит требованиям пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

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, находящиеся внутри отделов продаж данной продукции.

Размещенная на фасаде магазина реклама о покупках реализуемого в нем товара (пива) по выгодной цене (со скидками, акциями) 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 «Весёлый папа».

Соответственно, такая реклама нарушает положения пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

В ходе рассмотрения дела директор ООО «Янтарь» пояснил, что в размещенной Обществом информации о проводимых им скидках и акции отсутствует реклама конкретного товара. В магазине

осуществляется реализация, в том числе широкого ассортимента безалкогольных напитков (квас, лимонад и пр.), продуктов питания. В связи с чем ссыла на то, что рекламируется именно алкогольная продукция (пиво) несостоятельна.

Данные доводы не принимаются по следующим основаниям.

Пленум Высшего Арбитражного суда Российской Федерации в пункте 2 Постановления № 58 от 08.10.2012 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», разъяснил, 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 том числе товарного знака).

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

Рекламное предложение о выгодных условиях приобретения товара со скидкой формирует дополнительный интерес к магазину «Весёлый папа» и стимулирует потребителя приобрести товар, в том числе алкогольную продукцию – пиво, в магазине по адресу: г. Хабаровск, ул. Слободская, д. 16.

Учитывая специфику рекламируемого магазина разливных напитков «Весёлый папа», имеющего по профилю своей деятельности широкий ассортимент алкогольных напитков (пиво), магазин ассоциируется с алкогольной продукцией, а не с иными напитками и в традиционном понимании, формирует интерес потребителей именно к алкоголю. 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.

Само по себе отсутствие в тексте рекламы слова «пиво» или каких-либо его изображений с учетом комплексного восприятия рекламы не затрудняет явную ассоциацию рекламируемого товара именно с данным видом алкогольной продукции.

Кроме того, в рекламе используется изображение товарного знака «Весёлый папа» (№ свидетельства 633834), известного потребителям, как обозначение фирменной сети, реализующей разливные алкогольные напитки (пиво).

В рекламе отсутствует информация о том, что рекламируются именно продукты питания, безалкогольные напитки и соки, следовательно, рекламируются все группы товаров, реализуемые в магазине, в том числе и алкогольная продукция с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции

Частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» предусмотрена ответственность рекламодателя за нарушение требований пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункт 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе»).

Деятельность по реализации пива в магазине «Весёлый папа» по ул. Слободская, 16 в г. Хабаровске (продавец товара) осуществляет ООО «Янтарь» (ИНН 2723185950, место регистрации: 680023, г. Хабаровск, ул. Краснореченская, д. 111, офис 24).

Таким образом, рекламодателем, в интересах которого распространялась реклама, является ООО «Янтарь».

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 следующую рекламу: «*Весёлый папа. Регулярные скидки, акции. Номер предзаказа 68-78-78*», распространяемую ООО «Янтарь» на фасаде магазина по продаже пива, расположенного в г. Хабаровске, по ул. Слободская, 16, поскольку в ней нарушены требования пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «Янтарь» 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 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).