РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 058/05/21-255/2023

эня 2023 года г. Пенза, ул. Урицкого, 127

лютивная часть решения объявлена 08 июня 2023 года.

ссия Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения нодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

дседатель Комиссии:

смотрев дело № 058/05/21-255/2023 по признакам нарушения законодательства сийской Федерации о рекламе, возбужденное в отношении индивидуального дпринимателя по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о аме, а именно пункта 8 статьи 7; пункта 1 части 1, пункта 3 части 1, пункта 5 части 2, и 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О аме»),

УСТАНОВИЛА:

Пензенское УФАС поступило обращение , перенаправленное Прокуратурой ибрьского района г. Пензы (от 27.04.2023 вх. №772/23) и Федеральной антимонопольной кбой (от 04.05.2023 вх. № 891-ЭП/»№), по вопросу рекламы продавца алкогольной дукции по адресу: г. Пенза, ул. Новоселов, 108А

зенским УФАС России определением от 10.05.2023 по факту распространения рекламы гольной продукции (пива), размещенной фасаде здания (киоска) по адресу: г. Пенза, Новоселов, 108А, возбуждено дело № 058/05/21-255/2023 по признакам нарушения пункта атьи 7; пункта 1 части 1, пункта 3 части 1, пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О аме». К участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки ушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечена ивидуальный предприниматель Рассмотрение дела назначено на 08.06.2023 в 10 час. 00 по адресу: г. Пенза, ул. Урицкого, 127, к. 301.

рассмотрении настоящего дела И П не присутствовала. В адрес Пензенского УФАС сии представила ходатайство о рассмотрении дела № 058/05/21-255/2023 без ее участия.

ив представленные документы, Комиссия пришла к следующему выводу.

де рассмотрения обращения установлено, что в мае 2023 года на фасаде здания ска) по адресу: г. Пенза, ул. Новоселов, 108А распространяются баннеры с рмацией следующего содержания: «Best Beer Разливное пиво. Пусть бегут неуклюже ходы по лужам. И вода по асфальту рекой. Ведь неясно прохожим в этот день гожий. От чего я веселый такой. Пиво от___руб.»; «Большой выбор свежего пенного и кество закусок к нему. А также освежающий квас и прохладный лимонад» (с ражением бочки, кружек с пенным напитком и электронных сигарет); «В пиве – сила / в – микробы!» (с изображением кружки с пенным напитком).

: безалкогольной продукции (пиктограммы) на указанных баннерах отсутствует.

оответствии со статьёй 3 ФЗ «О рекламе» рекламой является информация, пространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, эсованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к екту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его движение на рынке.

неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее еделены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны воотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой знак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга означает отсутствие в рекламе указанного о неком лице или лицах, для которых ама создана и на восприятие которых реклама направлена.

сматриваемая информация по своему содержанию и целевой направленности ется рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на лечение внимания к объектам рекламирования, формирование или поддержание реса к ним и их продвижение на рынке.

асно пункту 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе», объект рекламирования – товар, средства ивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, льтаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное евнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на лечение внимания к которым направлена реклама.

ектом рекламирования в рассматриваемом случае является продавец алкогольной дукции (пива) – «Best Beer», а также сама алкогольная продукция – «разливное пиво».

кольку в рассматриваемой рекламе отсутствует пиктограмма, указывающая на то, что амируемый товар является безалкогольным, такая информация воспринимается, как ама алкогольной продукции.

асно пункту 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 №171 «О государственном лировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и тосодержащей продукции и об ограничении потребителя (распития) алкогольной дукции» под алкогольной продукцией понимается пищевая продукция, которая изведена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного ищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием ового спирта более 0,5 процентов объема готовой продукции, за исключением евой продукции в соответствии с перечнем, установленным Правительством сийской Федерации. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как тные напитки (в том числе водка), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино мпанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива.

м образом, к алкогольной продукции относится пиво с содержанием этилового спирта е 0,5 процентов объема готовой продукции.

ум ВАС РФ в пункте 2 Постановления от 08.10.2012 г. № 58 «О некоторых вопросах ктики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указал, размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с еделенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту амирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в анных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару

·аточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

ответствии с пунктом 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной дукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного ориториального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на шах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений зне их.

кольку Федеральный закон «О рекламе» (в том числе статья 19) не содержит ерпывающего перечня видов рекламных конструкций, в связи с чем рекламной трукцией является любое техническое средство стабильного размещения. В спорном ае рассматриваемая в рамках дела рекламная надпись (изображение) было есено на фасаде здания и, соответственно, было направлено на привлечение внимания пределенного круга лиц – потребителей указанной рекламы, что нарушает пункт 5 ти 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

ответствии с частью 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции с ержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции ешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется ничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких овых объектов.

ание частной пивоварни («Best Beer» в совокупности с надписью «Разливное пиво» с ражением бочки, кружек с пенным напитком) позволяет индивидуализировать данный ект как магазин, реализующий алкогольную продукцию, соответственно указанные в аме сведения воспринимаются как реклама продавца алкогольной продукции.

рушение требований части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» рассматриваемая в рамках оящего дела реклама разливного пива распространяется вне стационарного ового объекта.

писи: «Best Beer Разливное пиво» (с изображением бочки, кружек с пенным напитком), оциируется с алкогольной продукцией (пивом) и формирует у потребителей рекламы но интерес к пиву, алкогольной продукции.

ме того, воспроизведенная в рассматриваемой рекламе информация, размещенная на аде здания, т.е. представленная значительной части населения г. Пензы, очевидно оциируется у потребителя, в силу закона, относящегося к взрослой возрастной гории, с алкогольной продукцией, по своему содержанию привлекает интерес к пиву. ная информация направлена на привлечение внимания и поддержание интереса к гольной продукции. Следовательно, такая информация является рекламой алкогольной дукции, а поэтому должна соответствовать специальным требованиям и ограничениям, новленным статьей 21 ФЗ «О рекламе».

ть 4 статьи 2 ФЗ «О рекламе» закрепляет, что специальные требования и ограничения, новленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов ров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств ивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к ру, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены циальные требования и ограничения.

одержания размещенной на здании (киоске) информации («Best Beer Разливное пиво …) от___руб.») четко следует, что объектом рекламирования является продавец

гольной продукции, соответственно, в указанной рекламе усматриваются признаки лшения пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

ле того, в рекламе, размещенной на баннере, указано в том числе следующее: «В пиве ла / в воде – микробы!».

лу пункта 1 части 1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции не кна содержать утверждение о том, что употребление алкогольной продукции имеет ное значение для достижения общественного признания, профессионального, тивного или личного успеха либо способствует улучшению физического или ционального состояния.

ответствии с пунктом 3 части 1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной укции не должна содержать утверждение о том, что алкогольная продукция редна или полезна для здоровья человека, в том числе информацию о наличии в гольной продукции биологически активных добавок, витаминов.

ама содержит утверждение о том, что употребление алкогольной продукции (пива) собствует улучшению физического состояния и полезна для здоровья человека.

азанной рекламе усматриваются признаки нарушения пункта 1 части 1, пункта 3 части атьи 21 ФЗ «О рекламе».

е того, в рекламе, размещенной на баннере («Большой выбор свежего пенного и кество закусок к нему. А также освежающий квас и прохладный лимонад»), ержится изображение электронных сигарет.

тронные испарители, электронные сигареты, вейпы, кальяны (в том числе жидкости для используются для совершения действий, аналогичных процессу курения, испарители в симости от модели могут содержать никотин и иные вещества, содержащиеся в чных изделиях. Таким образом, вейпы, электронные испарители, электронные сигареты т быть отнесены к категории товаров, подобных курительным принадлежностям.

редством распространяемой рекламы продвигается деятельность продавца товаров, назначенных для процесса курения – устройство для потребления тинсодержащей продукции.

разъяснил Пленум ВАС РФ в пункте 16 информационного письма от 25.12.1998 №37, рмация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна сматриваться как реклама этого товара.

ама с изображением электронных сигарет имеет побудительный характер, улирует интерес к приобретению устройств для потребления никотинсодержащей укции, и способствует росту числа потребителей таких товаров, что приводит к шению состояния здоровья населения.

том 8 статьи 7 ФЗ «О рекламе» установлено, что не допускается реклама табака, чной продукции, табачных изделий, никотинсодержащей продукции, курительных адлежностей, в том числе трубок, сигаретной бумаги, зажигалок, а также устройств потребления никотинсодержащей продукции, кальянов.

ответствии с п. 12 ч. 1 ст. 2 Федерального закона от 23.02.2013 N 15-ФЗ «Об охране овья граждан от воздействия окружающего табачного дыма, последствий ебления табака или потребления никотинсодержащей продукции» (далее - ерального закона от 23.02.2013 N 15-ФЗ) устройства для потребления

тинсодержащей продукции - электронные или иные приборы, которые используются получения никотинсодержащего аэрозоля, пара, вдыхаемых потребителем, в том числе тронные системы доставки никотина и устройства для нагревания табака (за ючением медицинских изделий и лекарственных средств, зарегистрированных в ветствии с законодательством Российской Федерации.

16 Федерального закона от 23.02.2013 N 15-ФЗ установлен запрет рекламы и улирования продажи табака, табачных изделий или никотинсодержащей продукции, ойств для потребления никотинсодержащей продукции, кальянов, спонсорства табака никотинсодержащей продукции.

азанной рекламе усматриваются признаки нарушения пункта 1 части 1, пункта 3 пункта атьи 7 ФЗ «О рекламе».

асно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям нодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

ответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение ований, установленных частями 2 - 5 статьи 21 настоящего закона несет аморастространитель.

асно частями 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за распространение амы, не соответствующей требованиям п. 8 ст. 7 Закона о рекламе, несут и амодатель, и рекламораспространитель.

ответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель - изготовитель или продавец ра либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы .

лу п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламораспространитель - лицо, осуществляющее пространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых дств.

ельность по вышеуказанному адресу осуществляет индивидуальный предприниматель

м образом, рекламодателем и рекламораспространителем вышеуказанной рекламы ется ИП .

ывая вышеизложенное и основываясь на фактических обстоятельствах дела, Комиссия шла к выводу, что ИП нарушила требования пункта 8 статьи 7; пункта 1 части 1, пункта 3 и 1, пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

асно статье 1 Закона о рекламе, целями данного закона являются развитие рынков ров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, спечение в Российской Федерации единства экономического пространства, лизации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, упреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а ке пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

тьей 33 Закона о рекламе предусмотрены полномочия антимонопольного органа на ществление государственного надзора в сфере рекламы, в частности, выдавать амодателям, рекламораспространителям, рекламопроизводителям обязательные для олнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской ерации о рекламе.

.2023 ИП представила в адрес Пензенского УФАС России письменные пояснения, из рых следует, что реклама с фасада здания демонтирована.

язи с чем, Комиссия приходит к выводу предписание ИП не выдавать.

силу части 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламодателями, амопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской эрации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с нодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

водствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О аме» и в соответствии с пунктами 42-48 Правил рассмотрения антимонопольным ном дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской эрации о рекламе от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

РЕШИЛА:

оизнать ненадлежащей рекламу: «Best Beer Разливное пиво. Пусть бегут неуклюже эходы по лужам. И вода по асфальту рекой. Ведь неясно прохожим в этот день огожий. От чего я веселый такой. Пиво от___руб.»; «Большой выбор свежего пенного и кество закусок к нему. А также освежающий квас и прохладный лимонад» (с ражением бочки, кружек с пенным напитком и электронных сигарет); «В пиве – сила / в – микробы!» (с изображением кружки с пенным напитком), распространяемую ИП на аде здания (киоска) по адресу: г. Пенза, ул. Новоселов, 108А, поскольку при ее пространении нарушены требования пункта 8 статьи 7; пункта 1 части 1, пункта 3 части нкта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

связи с тем, что реклама снята с распространения, предписание о прекращении ушения законодательства о рекламе не выдавать.

ередать материалы дела уполномоченному должностному лицу Пензенского УФАС сии для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном тью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных вонарушениях.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном ьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Решение изготовлено в полном объеме 08 июня 2023 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном ьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.