

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

о возбуждении дела № 012/05/21-463/2022 и назначении дела к рассмотрению

«20» июня 2022 года
Йошкар-Ола

г.

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, заместитель руководителя – начальник отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Марийского УФАС России <...>, рассмотрев материалы по факту размещения наружной рекламы «МариАлко. марийские БАЛЬЗАМЫ. МЕСТНЫЕ горячительные напитки...», расположенной по адресу: г. Йошкар-Ола, пл. Революции, д.3,

УСТАНОВИЛА:

В адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) поступило обращение гражданина (вх. № 253-М от 07.06.2022) по факту размещения наружной рекламы «МариАлко. марийские БАЛЬЗАМЫ. МЕСТНЫЕ горячительные напитки...», расположенной по адресу: г. Йошкар-Ола, пл. Революции, д.3, которая содержит признаки нарушения законодательства о рекламе, следующего содержания:

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон 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.

Из содержания текста рассматриваемой рекламной информации следует, что объектом рекламирования являются услуги по продаже алкогольной продукции.

Целью рекламы является не просто продвижение соответствующего товара (работы, услуги), а доведение до потребителя всех необходимых сведений, способных вызвать у ее потребителя правильное (неискаженное) представление об объекте рекламирования. Недостаточная информированность потребителя обо всех условиях рекламируемого товара (работы, услуги), имеющая место в силу недобросовестного поведения организации, предоставляющей услуги или реализующей товар, приведет к неоправданным ожиданиям названного лица, прежде всего, в отношении сделки, которую он намерен заключить. Закон не предъявляет требования указать всю существенную информацию, но обязывает формировать у ее потребителя правильное (достоверное) восприятие о соответствующей продукции (товаре, услуге).

Рассматриваемая информация является рекламой, так как распространена при помощи штандера, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

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 (Письмо ФАС России от 05.04.2007 №АЦ/4624 «О понятии «неопределенный круг лиц»).

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 20.06.2018 N 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.

Рассматриваемая 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.

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

В соответствии с частью 2.1 статьи 21 Закона о рекламе 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.

Согласно письму ФАС России от 29.05.2020 N 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.

В силу пунктов 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 N 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.

Поскольку в данном случае рекламируется продукция ООО «Йошкин» за пределами стационарного торгового объекта, в котором осуществляется розничная продажа этой продукции, то в данном случае установлено нарушение части 2.1 статьи 21 ФЗ "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).

В соответствии с Письмом ФАС России от 20.02.2015 № АК/7749/15 «О рекламе алкогольной продукции» требование о предупреждении вреда чрезмерного потребления алкогольной продукции применяется к любым способам распространения рекламы любой алкогольной продукции.

Как видно из фотографии спорной рекламы, расположенной по адресу: г. Йошкар-Ола, пл. Революции, д.3, предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции отсутствует, что содержит признаки нарушения требований, установленных частью 3 статьи 21 Закона о рекламе.

На основании вышеизложенного, Марийским УФАС России усматриваются признаки нарушения части 3, части 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе".

В соответствии с частями 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований части 3 статьи 21 Закона о рекламе несет рекламодатель и рекламораспространитель, требований части 2.1 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 «Огни Марий Эл 0,25л бальзам, крепость 40% об.», деятельность по

реализации указанного товара осуществляет ООО «Йошкин» (<...>). Рассматриваемый штендер располагается в месте осуществления деятельности ООО «Йошкин» и привлекает внимание к объекту рекламирования.

Таким образом, антимонопольный орган усматривает в действиях ООО «Йошкин» нарушение части 2.1, 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 20, 21 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 № 012/05/21-463/2022 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
2. Назначить дело № 012/05/21-463/2022 к рассмотрению на 30 июня 2022 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 законодательства о рекламе: ООО «Йошкин» (<...>).
4. ООО «Йошкин» в срок до 29.06.2022 представить в Марийское УФАС России следующие сведения и документы:
 1. указать, считает ли Общество, что рассматриваемая реклама является ненадлежащей и противоречит требованиям части 2.1, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе». Представить мотивированную позицию;
 2. изложить позицию о том, кто является рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламораспространителем указанной выше рекламы (с учетом положений статьи 3 Федерального закона «О рекламе»);
 3. копию заявок на изготовление/размещение рассматриваемой рекламной информации;

4. представить информацию об ассортименте марийских бальзамов и местных горячительных напитков с указанием содержания алкоголя;
5. информацию о периоде размещения рассматриваемой рекламной информации;
6. информацию о стоимости услуг по доведению Вами до потребителей рекламной информации следующего содержания «Марийские БАЛЬЗАМЫ. МЕСТНЫЕ горячительные напитки...». Приложить документальные доказательства (договор, счет на оплату, акт выполненных работ и др.);
7. сведения о должностном лице общества, ответственном за распространение рекламной информации (копию трудового договора, сведения о паспортных данных, информацию об адресе места регистрации);

5. Явка лица, участвующего в деле (либо его представителя с надлежащим образом оформленной доверенностью), является правом, а не обязанностью.

6. Предложить лицу представить 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: 8(8362)56-60-56 либо по электронной почте fo12@fas.gov.ru, с последующим направлением по почте.

В случае отсутствия названных документов представить письменное объяснение причины их отсутствия.

Возможность участия в рассмотрении дела № 012/05/21-463/2022 будет организована посредством удаленного доступа через программу «TrueConf Server». Вход в конференцию по ссылке: **<https://fas1.tconf.rt.ru/c/6207253992>**.

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

Информацию о невозможности участия посредством удаленного доступа необходимо сообщить до 29 июня 2022 года до 17:00.

Заместитель руководителя–

НАЧАЛЬНИК

ОТДЕЛА