›миссия Управления Федеральной антимонопольной службы по
›енбургской области (далее по тексту – Комиссия, Оренбургское УФАС
›ссии) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства
›ссийской Федерации о рекламе в составе:

..> – председателя Комиссии, заместителя руководителя Управления
›чальника отдела антимонопольного и рекламного контроля, общественных
›язей;

..> – члена Комиссии, ведущего специалиста – эксперта отдела
›тимонопольного и рекламного контроля, общественных связей;

..> – члена Комиссии, специалиста – эксперта отдела антимонопольного
›кламного контроля, общественных связей;

›тсутствии:

..>., доказательства надлежащего извещения находятся в материалах дела.

›ссмотрев дело № 056/05/21-1463/2019, возбужденное в отношении И
..>), по признакам нарушения требований, установленных частью 2.1 статьи
Федерального закона Российской Федерации «О рекламе» № 38-ФЗ от
.03.2006г. (далее по тексту – ФЗ «О рекламе») содержащихся в размещении
›кламы алкогольной продукции,

УСТАНОВИЛА:

**целях проверки соблюдения требований, установленных Законом о
›кламе, 16 октября 2019 года сотрудниками Оренбургского УФАС России
›оведена проверка рекламы, размещенной и распространяемой на
›рритории города Оренбурга, на предмет соответствия требованиям,
›тановленным законодательством РФ о рекламе.**

›ходе проверки установлено, что по адресу: г.Оренбург, Салмышская ул.,
, размещается информация с текстом: «MUNCHEN/ Paulaner/
›ULANERGARTEN/ Paulaner Hefe-Weissbier Naturtrub/ ВАРИТСЯ В МЮНХЕНЕ С
›34 ГОДА/ 18 ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ
›ЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ», сопровождаемая пивной бутылкой и бокалом
›ленным напитком (пиво).

›анная информация размещена на холодильном оборудовании, которое

:тановлено у панорамного окна магазина «КЕГА», расположенного по ,дресу: г. Оренбург, ул. Салмышская д.51.

оанализировав содержание рассматриваемой рекламы, Комиссия ренбургского УФАС России установила следующее.

ıссматриваемая информация отвечает понятию реклама. Следовательно, ебования ФЗ «О рекламе» распространяются на данную информацию.

:ходя из пункта 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе», объектом рассматриваемой єкламы является - пиво, поскольку рассматриваемая информация ıправлена на привлечение внимания к данному объекту рекламирования, ɔрмирует и поддерживает интерес неопределенного круга потребителей к азанному товару – (пиву) Paulaner Hefe-Weissbier Naturtrub, которое єализуется в торговом объекте «КЕГА» по адресу: г. Оренбург, .Салмышская,51.

анная информация по своему содержанию призвана продвинуть на рынке ıределенный товар – пиво Paulaner Hefe-Weissbier Naturtrub.

ɔгласно части 13.1 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ єд. от 01.05.2019) «О государственном регулировании производства и ɔорота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и ɔ ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» (Далее- ФЗ 171) , пиво - алкогольная продукция с содержанием этилового спирта, ɔразовавшегося в процессе брожения пивного сусла, которая ɔоизведена из пивоваренного солода, хмеля и (или) полученных в єзультате переработки хмеля продуктов (хмелепродуктов), воды с :пользованием пивных дрожжей, без добавления этилового спирта, ɔоматических и вкусовых добавок.

:ходя из требований части 7 статьи 2 ФЗ №171, алкогольная продукция - щевая продукция, которая произведена с использованием или без :пользования этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и ли) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового ıирта более 0,5 процента объема готовой продукции, за исключением щевой продукции в соответствии с перечнем, установленным ɔавительством Российской Федерации. Алкогольная продукция ɔдразделяется на такие виды, как спиртные напитки (в том числе водка, ıньяк), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), ıнные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, єдовуха.

ɔскольку в рассматриваемой рекламе отсутствует пиктограмма, азывающая на то, что рекламируемый товар является безалкогольным, кая информация воспринимается, как реклама алкогольной продукции.

ответственно информация с текстом: «MUNCHEN/ Paulaner/ AULANERGARTEN/ Paulaner Hefe-Weissbier Naturtrub/ ВАРИТСЯ В МЮНХЕНЕ С 534 ГОДА/ 18 ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ ЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ», признается рекламой алкогольной продукции.

огласно части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе», реклама алкогольной одукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема товой продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в торых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том сле в дегустационных залах таких торговых объектов. Реклама вина и ристого вина (шампанского), произведенных в РФ из выращенного на рритории РФ винограда разрешается на выставках пищевой продукции (за ключением продуктов детского питания) и выставках организаций бщественного питания.

порная реклама размещена в стационарном торговом объекте, в котором существляется розничная продажа алкогольной продукции. Однако данная формация размещается посредством наклейки на холодильном борудовании, расположенном вплотную у панорамного окна торгового бъекта. Следовательно, реклама направлена неопределенному кругу лиц. учетом расположения рекламной конструкции, реклама не доступна для сетителей магазина «КЕГА», однако доступна для прохожих, тем самым ходит за границы торгового объекта. В ходе проверки установлено, что едпринимательскую деятельность в магазине «КЕГА» осуществляет <…>

признакам нарушения части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» в отношении <… было возбуждено дело №056/05/21-1463/2019 и назначено к рассмотрению 18.11.2019 г.

оме того, 25 декабря 2019 года при Оренбургском УФАС России оводился экспертный совет по рекламе, на котором, в том числе ссматривался вопрос: «выходит» (распространяется) ли ссматриваемая спорная реклама пива за пределы заведения, ализующего рекламируемую алкогольную продукцию, с учетом способа змещения данной рекламы.

результатам голосования, большинство членов Экспертного Совета ишли к следующему мнению: использование указанного способа кламирования пива для привлечения внимания потребителей недопустимо иду того, что спорная реклама пива «выходит» за пределы стационарного ргового объекта, осуществляющую розничную продажу алкогольной одукции, что противоречит требованиям, установленным ФЗ «О рекламе».

порная реклама пива определенной марки распространяется на лодильном оборудовании, установленном у панорамного окна магазина, ализующего преимущественно алкогольную продукцию. Формально

ассматриваемая реклама размещена внутри заведения, однако, учитывая юсоб размещения спорной рекламы – вплотную к панорамному окну, еклама недоступна для восприятия потребителей, находящихся внутри ационарного торгового объекта, тогда как доступна для просмотра еопределенному кругу лиц, находящимся за пределами магазина, еализующего алкогольную продукцию. Данный факт был поддержан спертным советом по рекламе.

пределениями № 10551 от 24.10.2019г., №11668 от 22.11.2019г., №12113 от .12.2019г. рассмотрение дела №056/05/21-1463/2019 неоднократно кладывалось, поскольку ИП <…> не был извещен надлежащим образом о емени и месте рассмотрения дела, запрашиваемые сведения дивидуальный предприниматель не представил (отчеты об отслеживании чтовых отправлений № 46001539052098; № 46001540036377; 46001540036391). Ввиду чего дело в очередной раз было отложено и значено к рассмотрению на 21.01.2020г. (опр. №12113 от 04.12.2019г.).

.01.2020 г. < … > на рассмотрение дела №056/05/21-1463/2019 не явилс прашиваемых документов и письменных пояснений не представил.

пределение исх.№12113 от 04.12.2019г. адресатом получено не было .12.2019г. состоялась неудачная попытка вручения письма. Определение о ложении дела № 056/05/21-1463/2019 вернулось в адрес Оренбургского DAC России.

огласно правовой позиции, изложенной в постановлении Пленума рховного Суда Российской Федерации от 23.06.2015 № 25 «О применении дами некоторых положений раздела I части первой Гражданского декса Российской Федерации» и содержащей толкование положений атьи 165.1 Гражданского кодекса Российской Федерации, юридически ачимое сообщение, адресованное юридическому лицу, направляется по дресу, указанному в едином государственном реестре юридических лиц бо по адресу, указанному самим юридическим лицом. При этом обходимо учитывать, что юридическое лицо несет риск последствий получения юридически значимых сообщений, доставленных по адресам.

общения, доставленные по названным адресам, считаются полученными, же если соответствующее лицо фактически не находится по указанному дресу (пункт 63). В соответствии с пунктом 67 Постановления Пленума рховного Суда РФ от 23.06.2015 №25 «О применении судами некоторых ложений раздела I 9 А47-1859/2018 части первой Гражданского кодекса ссийской Федерации» юридически значимое сообщение считается оставленным и в тех случаях, если оно поступило лицу, которому оно правлено, но по обстоятельствам, зависящим от него, не было ему учено или адресат не ознакомился с ним.

оответственно корреспонденция считается доставлено если адреса лонился от ее получения в отделении связи, в связи с чем, указанна рреспонденция была возвращена по истечению срока хранения.

итывая изложенное, комиссия приходит к выводу о надлежащем извещени дивидуального предпринимателя.

учив материалы комиссионного дела, Комиссия пришла к следующем иводу - учитывая содержание рассматриваемой рекламы, спосо ивлечения внимания потребителя к рекламируемому товару естонахождение данной информации, реклама с текстом: «MUNCHEN aulaner/ PAULANERGARTEN/ Paulaner Hefe-Weissbier Naturtrub/ ВАРИТСЯ ОНХЕНЕ С 1634 ГОДА/ 18 ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЬНО РОДУКЦИИ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ» распространялась в нарушени ебований части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» .

огласно части 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе», ответственность за нарушение ебований части 2.1 статьи 21 закона несет рекламораспространитель.

атериалами комиссионного дела №056/05/21-1463/2019 установлено, чт екламораспространителем спорной рекламы, является ИП <… оказательств прекращения допущенного нарушения ч. 2.1 ст.21 ФЗ «О екламе» в материалы дела № 056/05/21-1463/2019 представлено не было, язи с чем у Комиссии Оренбургского УФАС России имеются правовы снования выдать <…> предписание о прекращении нарушени конодательства РФ о рекламе.

ководствуясь пунктом 1 частью 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о екламе и в соответствии с пунктами 37-50 Правил рассмотрени нтимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушени конодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденны остановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 года № 8, Комиссия,

РЕШИЛА:

Признать ненадлежащей рекламу: «MUNCHEN/ Paulaner/ PAULANERGARTEN aulaner Hefe-Weissbier Naturtrub/ ВАРИТСЯ В МЮНХЕНЕ С 1634 ГОДА/ 1 ЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ ВРЕДИТ ВАШЕМ ДОРОВЬЮ», поскольку в ней нарушены требования ч.2.1 ст.21 ФЗ «О рекламе»

Выдать ИП <…> предписание о прекращении нарушения законодательств оссийской Федерации о рекламе;

Передать материалы дела №056/05/21-1463/2019 уполномоченном должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренного ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в порядке, установленном статьей 19 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.