

## РЕШЕНИЕ

### по делу № 012/05/21-138/2024 о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«27» марта 2024 года г. Йошкар-Ола

Резолютивная часть решения объявлена: «18» марта 2024 года

Полный текст решения изготовлен: «27» марта 2024 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя – начальник отдела <...>;

член Комиссии – главный государственный инспектор <...>,

член Комиссии – ведущий специалист- эксперт <...>,

рассмотрев дело № 012/05/21-138/2024, возбужденное в отношении ИП Б. по признакам нарушения пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы магазина «Пивной № 1», расположенной по адресу: Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, ул. Павленко, д. 55,

в отсутствие ИП Б., надлежащим образом уведомленного о дате, времени, месте рассмотрения дела,

#### **УСТАНОВИЛА:**

Дело о нарушении законодательства о рекламе возбуждено в отношении ИП Б. (ИНН <...>, ОГРНИП <...>) по признакам нарушения пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы магазина «Пивной №1», расположенной по адресу: Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, ул. Павленко, д. 55, следующего содержания:

Основанием для возбуждения дела явился осмотр рекламы сотрудниками Марийского УФАС России от 23.01.2024.

Определением от 29.02.2024 антимонопольным органом возбуждено дело по признакам нарушения законодательства о рекламе в отношении указанной рекламы. Указанное определение направлено по адресу места регистрации предпринимателя (почтовое отправление с идентификатором 80083194358580 возвращено в связи с истечением срока хранения 13.03.2024), а также направлено на электронной почте kapital2015-2016@mail.ru.

Таким образом, на момент рассмотрения дела ИП Б. надлежащим образом уведомлен о дате, времени, месте рассмотрения дела.

Комиссия Марийского УФАС России, исследовав материалы дела, пришла к выводу о нарушении законодательства о рекламе при размещении рассматриваемой рекламы ввиду следующего.

В соответствии со статьей 3 Закона 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.

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

Под объектом рекламирования понимают 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 (статья 3 Закона о рекламе).

Размещенная текстовая информация: «Всегда холодное живое разливное/ свежая рыбка/ квас и лимонад» с изображением пивного бокала с пенным напитком и колосьев ржи, а также размещенная у входа в торговый объект реклама с изображением бочки с надписью «ПИВО» и «Бойлерное пиво. Объемная доля этилового спирта 4,0%. Экстрактивность начального сусла 11%» привлекает интерес потребителей к деятельности торговой точки по продаже пива, рыбы,

кваса, лимонада, дает явное представление о реализации данных товаров и по своему содержанию и формату размещения направлена на привлечение внимания любого потребителя, и поддержание интереса, как к продавцу, так и к ассортименту реализуемой им продукции.

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 пунктам 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 № 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, пураре, медовуха.

Пунктом 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе установлено, что 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.

Указанная рекламная конструкция располагается на стене многоквартирного дома, что противоречит требованиям пункта 5 части 2 статьи 21 Закона 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).

Как видно из фотографии спорной рекламы предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции отсутствует.

На основании вышеизложенного, Комиссия Марийского УФАС России установила, что в рассматриваемой рекламе нарушены требования пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частями 6, 7 статьи 28 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований части 3 статьи 21 Закона о рекламе несет рекламодатель и рекламораспространитель, требований пункта 5 части 2 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 в магазине «Пивной № 1», предпринимательскую деятельность осуществляет ИП Б. (ИНН <...>, ОГРНИП <...>). Указанная рекламная конструкция располагается в месте осуществления предпринимательской деятельности ИП Б., привлекает внимание к магазину «Пивной № 1».

Из изложенного следует, что рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы выступает ИП Б.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о

рекламе.

В настоящее время у Комиссии Марийского УФАС России отсутствуют доказательства устранения нарушения законодательства о рекламе, в связи с чем в данном случае имеются основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктом 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

## **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу магазина «Пивной №1» с текстом: «Всегда холодное живое разливное/ свежая рыбка/ квас и лимонад» с изображением пивного бокала с пенным напитком и колосьев ржи, расположенную по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Павленко, д. 55, а также размещенная у входа в торговый объект реклама с изображением бочки с надписью «ПИВО» и «Бойлерное пиво. Объемная доля этилового спирта 4,0%. Экстрактивность начального сусла 11%», поскольку она не соответствует требованиям пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Выдать ИП Б. (ИНН <...>, ОГРНИП <...>) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении в соответствии со статьей 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.*

Председатель Комиссии

Члены Комиссии