

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ

о возбуждении дела № 012/05/21-482/2024 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе  
и назначении дела к рассмотрению

«15» июля 2024 года г. Йошкар-Ола

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, заместитель руководителя – начальник отдела Марийского УФАС России <...>, рассмотрев заявление <...> (вх. № 4908-ЭП/24 от 11.07.2024) по факту распространения рекламы пивного дискаунтера «BEERЖА», размещенной на фасаде здания по адресу г. Йошкар-Ола, ул. Подольских Курсантов, д. 13,

УСТАНОВИЛА:

В адрес Марийского УФАС России поступило обращение <...> (вх. № 4908-ЭП/24 от 11.07.2024) в связи с распространением рекламы пивного магазина «BEERЖА», размещенной на фасаде здания по адресу г. Йошкар-Ола, ул. Подольских Курсантов, д. 13, которая содержит признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) следующего содержания:

Рассматриваемая информация является рекламой, так как распространена при помощи рекламной конструкции, монтированной на фасад здания, 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.

Из содержания текста рекламной информации следует, что объектом рекламирования является пивной дискаунтер «BEERЖА», а также товаров, реализуемых в нем, в том числе алкогольных. Указанная информация сопровождается изображением мультипликационного героя с кружками пенных напитков, привлекает внимание к объекту рекламирования неопределенного круга лиц (потребителей).

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

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. Закон не предъявляет требования указать всю существенную информацию, но обязывает формировать у ее потребителя правильное (достоверное) восприятие о соответствующей продукции (товаре, услуге).

Согласно пункту 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей 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), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

В пункте 2 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» установлено, 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.

Таким образом, рассматриваемая реклама является рекламой алкогольной продукции, так как при оформлении рекламы используется

словосочетание «пивной дискаунтер» и изображение кружек с пенным напитком, вид и оформление которых явно ассоциируются с пивом, а не любым разливным напитком. Кроме того, указанная реклама сопровождается предупреждением о вреде чрезмерного употребления алкогольной продукции.

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 фасаде здания, что противоречит требованиям пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

Также, пунктом 6 части 1 статьи 21 Закона о рекламе установлен запрет на использование образов людей и животных, в том числе выполненных с помощью мультипликации (анимации).

В рассматриваемой рекламе используется образ мультипликационного героя, что содержит признаки нарушения пункта 6 части 1 статьи 21 Закона о рекламе.

Частью 1 статьи 19 Закона о рекламе установлено, что распространение наружной рекламы с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, проекционного и иного предназначенного для проекции рекламы на любые поверхности оборудования, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее – рекламные конструкции), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта осуществляется владельцем рекламной конструкции, являющимся рекламораспространителем, с соблюдением требований настоящей статьи. Владелец рекламной конструкции (физическое или юридическое лицо) – собственник рекламной конструкции либо иное лицо, обладающее вещным правом на рекламную конструкцию или правом владения и пользования рекламной конструкцией на основании договора с ее собственником.

В соответствии с частью 9 статьи 19 Закона о рекламе установка и эксплуатация рекламной конструкции допускаются при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее также – разрешение), выдаваемого на основании заявления собственника или иного указанного в частях 5, 6, 7 статьи 19 Закона о

рекламе законного владельца соответствующего недвижимого имущества либо владельца рекламной конструкции органом местного самоуправления муниципального района, органом местного самоуправления муниципального округа или органом местного самоуправления городского округа, на территориях которых предполагается осуществлять установку и эксплуатацию рекламной конструкции. Указанное заявление подается заявителем в письменной форме или в форме электронного документа с использованием федеральной государственной информационной системы «Единый портал государственных и муниципальных услуг (функций)» (далее – единый портал государственных и муниципальных услуг) и (или) региональных порталов государственных и муниципальных услуг в орган местного самоуправления муниципального района, орган местного самоуправления муниципального округа или орган местного самоуправления городского округа, на территориях которых предполагается осуществлять установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Вместе с тем, размещение рассматриваемой рекламы с администрацией городского округа «Город Йошкар-Ола» не согласовывалось, рекламная конструкция отсутствует в схеме размещения рекламных конструкций г. Йошкар-Олы.

На основании вышеизложенного, Марийским УФАС России усматриваются признаки нарушения части 9 статьи 19, пункта 6 части 1, пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований пункта 6 части 1 статьи 21 Закона о рекламе несет рекламодатель; в соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований части 9 статьи 19, пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе – 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 вывеске у входа в торговый объект, предпринимательскую деятельность в пивном дискаунтере «BEERЖА»

осуществляет ИП В. (ИНН <...>). Указанная рекламная конструкция располагается в месте осуществления предпринимательской деятельности ИП В., привлекает внимание к пивному дискаунтеру «BEERЖА».

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

Таким образом, антимонопольный орган усматривает в действиях ИП В. признаки нарушения части 9 статьи 19, пункта 6 части 1, пункта 5 части 2 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 24, 25 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 № 012/05/21-482/2024 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Назначить дело № 012/05/21-482/2024 к рассмотрению на **26 июля 2024 года в 10 часов 00 минут (по Московскому времени)** в помещении Марийского УФАС России, по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Волкова, д. 164.

3. Признать лицами, участвующими в деле:

- лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения:  
индивидуальный предприниматель В. (ИНН <...>, ОГРНИП <...>);

- заявитель: <...>.

4. **ИП В. в срок до 25 июля 2024 года представить в Марийское УФАС России следующие документы и сведения (с сопроводительным письмом, где указываются в качестве приложений все запрошенные документы):**

-копии заявок, договоров на изготовление/размещение рекламной информации пивного дискаунтера «BEERЖА»;

-копии документов, подтверждающих факт оказания услуг по размещению рекламы (подписанные обеими сторонами акты об оказанных услугах, платежные поручения и т.п.);

- полный перечень реализуемой алкогольной продукции с указанием стоимости и объема реализации с момента размещения рекламы с приложением подтверждающих документов.

**Представить мотивированную правовую позицию со ссылками на нормы права по следующим вопросам:**

- 1) изложить позицию о том, кто является рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламораспространителем указанной выше рекламы (с учетом положений статьи 3 Федерального закона «О рекламе»);
- 2) каким образом и в какой форме были сделаны заявки на изготовление/размещение рекламной информации?
- 4) что является объектом рекламирования в вышеуказанной рекламе?
- 5) какова цель размещения рассматриваемой рекламы?
- 6) кто является потребителями рекламируемых услуг?
- 7) получено ли согласие на размещение рекламной конструкции?
- 8) признаете ли Вы нарушение требований части 9 статьи 19, пункта 6 части 1, пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе?
- 9) иные сведения и материалы, имеющие значение при рассмотрении данного дела.

Также сообщаем, что Вы вправе принять участие в рассмотрении дела посредством удаленного доступа через программу «TrueConf» по ссылке: <https://fas1.tconf.rt.ru/c/7346812075>.

Председатель Комиссии

