Управление Федеральной антимонопольной службы

по Республике Коми

Определение

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА № 011/05/21-781/2021

И НАЗНАЧЕНИИ ДЕЛА К РАССМОТРЕНИЮ

08 октября 2021 года № 03-01/7423

г. Сыктывкар

<…> (по адресу)

ИП <…> (по адресу)

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Коми УФАС России) по рассмотрению дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, <…>, рассмотрев заявления <…> (далее – <…>,

заявитель) по фактам нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

В Коми УФАС России поступили заявление <...> от 01.08.2021, направленное письмом Территориального отдела Управления Роспотребнадзора по Республике Коми в городе Ухте от 12.08.2021 № 1794/04-01 (вх. № 4201-э от 13.08.2021), а также заявление <...> от 26.08.2021 (вх. № 4451-э от 27.08.2021) о нарушении рекламного законодательства, в том числе при распространении рекламы алкогольной продукции в социальной сети «ВКонтакте» на странице сообщества «Розливушка | Ухта» (https://vk.com/rozliv_ukhta).

По результатам рассмотрения заявлений установлено следующее.

Из материалов заявлений усматривается, что https://vk.com/rozliv_ukhta является страницей в социальной сети «ВКонтакте» лица, оказывающего услуги в сети магазинов «Розливушка» г. Ухты. Указанная страница в социальной сети содержит сведения о предлагаемых товарах, в том числе с указанием их стоимости, а также контактную информацию.

Часть записей сообщества содержит изображения бутылок с этикетками и (или) бокалов, на которых чётко различимы названия торговых марок конкретной алкогольной продукции и изображения их логотипов (товарных знаков).

Так, 30.09.2021 в 19 час. 30 мин. в сообществе «Розливушка | Ухта» размещено сообщение следующего содержания: «Истинный пивоман бесконечно может смотреть на две вещи: на то, как наливается в бокал любимое пиво и на то, как 23-летняя датская модель Нина Агдал позирует в рекламе чилийского пива Crystal! Согласны?». Под сообщением размещено, в том числе изображение женщины и бутылки пива «Crystal».

24.09.2021 в 19 час. 20 мин. в сообществе «Розливушка | Ухта» размещено сообщение следующего содержания: «Доброго пятничного вечера, Ухта! Сегодня "РОЗЛИВУШКА" делится интересными фактами. А вы знали, что бывает и такое пиво? Пиво со вкусом пиццы можно найти в США. Конечно, где ж еще… Чтобы добиться нужного вкуса, в солод добавляют чеснок, орегано, помидоры и базилик. А на Гавайах можно отведать кофейного пива. Пиво сделано из 100-процентного кофе Кона и одновременно опьяняет и бодрит, что просто бесценно для гавайских серферов.». Под сообщением размещена, в том числе фотография бутылки пива «Mamma Mia Pizza Beer».

23.09.2021 в 19 час. 10 мин. в сообществе «Розливушка | Ухта» размещено

сообщение следующего содержания: «Добрый вечер, Ухта! И снова "РОЗЛИВУШКА" делится необычными фактами: оказывается, существует золотое пиво! Спорим, вы о таком не слышали? Изначально такое пиво сварили небольшой партией в Великобритании на 60-летие Елизаветы II. Пиво получило свое название из-за очень красивого золотого цвета и представлялось как золотой эль. Но тут появились неугомонные чешские пивовары и добавили 24-кратного золота. Тогда пиво начало переливаться золотом. Как утверждают чешские пивовары, они положили в каждую бутылку тонкую золотую фольгу, потом сильной струей пива фольга разрушалась на мелкие частицы. Говорят, дегустаторы были в восторге от этого пива. А вы бы попробовали?». Под сообщением размещена фотография человека, держащего в руках бутылку пива «24 K GOLD Faust».

19.09.2021 в 19 час. 10 мин. в сообществе «Розливушка | Ухта» размещено сообщение следующего содержания: «Интересное чтиво от **Розливушки | Ухта** для приятного воскресного вечера Калорийность пива ниже калорийности молока и фруктовых напитков (в 100г слабоалкогольного продукта содержится 42 килокалории). Разумное потребление пива снижает риск развития сахарного диабета и риск возникновения некоторых видов рака. На сегодняшний день самое крепкое пиво содержит в себе 67,5% этилового спирта («Змеиный яд» от шотландских производителей). Чича – перуанское пиво, изготавливаемое путем ферментации растений. Проще говоря, чтобы получить такой слабоалкогольный напиток, хлеб из кукурузной муки изначально тщательно разжевывается, увлажняясь слюной, а затем добавляется в пивную смесь. Кстати, важный процесс ферментации традиционно доверяется только женщинам. В Средневековье жители Чехии определяли качество пива по плотности его пены (пенная шапка была обязана продержать на себе определенное количество времени монетку). Некоторые историки утверждают, что зерновые культуры изначально начали выращивать как раз для того, чтобы варить пиво, а не делать хлеб. Западный Иран – место, где обнаружены «останки» самого древнего пива (3.500-3.100 года до н. э.).». Под сообщением размещена фотография, на которой запечатлена, в том числе бутылка пива «Жигулевское».

17.09.2021 в 16 час. 05 мин. в сообществе «Розливушка | Ухта» размещено сообщение следующего содержания: «Не только розлив!!! В **Розливушке | Ухта** вы так же можете найти любимый сорт бутилированного пива!!! А ещё лимонады, вода и многое другое!!! Приходите, мы вас точно удивим <...>». Под сообщением размещена фотография, на которой запечатлены бутылки различных марок пива (в том числе «*Stella Artois*», «Beck's», «*Heineken*», «*Corona*» *и др.).*

07.09.2021 в 16 час. 15 мин. в сообществе «Розливушка | Ухта» размещено сообщение следующего содержания: «Сердце говяжье в пиве Почему-то в кулинарии мы часто забываем про прекрасный орган - сердце! Круче него только мозг... Но это если мы рассматриваем мужиков, а у зверей - все-таки сердце.

Кстати, еще есть женщины - этих существ нужно рассматривать отдельно, у них в цене другие места. Что ты знаешь о сердце? Когда-нибудь к нему прислушивался? А ведь сердце (у коровки) - это в 4 раза меньше жира чем в мясе, но столько же белка, оно содержит огромное количество витаминов, минералов и, конечно, железо. Не помню, чтобы нормальный мужик отказывался от железа! Как приготовить сердце вкусно? Вот так! Что нужно: -сердце говяжье -пиво 0,5 литра (желательно нефильтрованное, натуральное из Розливушки | Ухта) -пара крупных луковиц -имбирь -кардамон 7-8 стручков или молотый (ищи в кондитерском отделе) -половина чайной ложки корицы – лимон -столовая ложка растительного масла -соль, перец Сердце зачистить, промыть, порезать некрупными ломтиками. Лук нарезать полукольцами, имбирь мелко покрошить, кардамон растереть в ступке. Лук слегка помять. Все сложить в миску, добавить масло, соль, перец и корицу. Залить пивом и оставить мариноваться в холодильнике на несколько часов (а лучше на ночь). Это время можно посвятить делам "сердешным": написать балладу о любви, пересмотреть Зеленую милю, Фореста Гампа и вообще все фильмы с Томом Хэнксом, или наконец уже выспаться. Мясо в маринаде переложить в кастрюлю с толстым дном или в сотейник. Добавить сок и цедру половины лимона. Довести до кипения, Тушить на медленном огне около часа. Сказочный аромат разольется по всему твоему жилищу, не будь дровосеком из изумрудного города, возьми уже это сердце себе и съешь! Приятного аппетита!». Под сообщением размещены фотографии, на которых запечатлены, в том числе бутылка пива «*Oettinger» и бокал,* содержащий *изображение торговой марки «Oettinger», наполненный пенной жидкостью коричневого цвета.*

06.09.2021 в 12 час. 44 мин. в сообществе «Розливушка | Ухта» размещено сообщение следующего содержания: «Всем летних фото! Долой осеннее уныние Всем, кто собирается на обед - приятного аппетита! А скоротать время до конца рабочего дня вам помогут снеки от "РОЗЛИВУШКИ" Приходите и выбирайте - у нас много вкусного Ждем вас: - Строительная, 2А, ТРЦ Ярмарка; - Пионергорский проезд, 3; - Юбилейная, 21 (Магнит Косметик); - Строителей, 16, павильон МЯСО-РЫБА; - Космонавтов, 7А, павильон На Водном: - Гагарина, 7 (ТЦ «Гагаринский»)». Под сообщением размещена фотография, на которой запечатлена девушка, потребляющая пиво *«Corona».*

04.09.2021 в 19 час. 07 мин. в сообществе «Розливушка | Ухта» размещено сообщение следующего содержания: «А вы уже решили, чем порадуете себя субботним вечерком? Наверное, бокалом прохладного пенного? А кто не любит закусить пенное копченой рыбкой? Она не только безумно вкусная - в ее составе есть белок, который просто жизненно необходим уставшему за день организму <...>». Под сообщением размещена фотография, на которой запечатлена кошка, лежащая рядом с наполненным пенной жидкостью жёлтого цвета бокалом, содержащим изображение торговой марки пива *«Bitburger».*

30.08.2021 в 19 час. 10 мин. в сообществе «Розливушка | Ухта» размещено

сообщение следующего содержания: «Рецепт: Фиш-энд-чипс в кляре из пива Розливушка | Ухта рекомендует! Ингредиенты: пшеничная мука – 1 стакан, рисовая мука – 1 стакан, куриное яйцо – 2 штуки, светлое пиво – 0,5 литра, разрыхлитель – на кончике ножа, сахар и соль – по одной щепотке, треска – 1 рыба, масло растительное – 1 литр. Для приготовления кляра смешайте пшеничную и рисовую муку, посолите и посластите, добавьте светлое пиво, затем разрыхлитель и яйца. Смешайте так, чтобы не было комочков. Треску порежьте полосками, обваляйте в муке, затем в кляре. Жарить рыбу нужно при большом количестве раскаленного растительного масла в глубокой сковороде или во фритюре.
В качестве гарнира подается картофель фри и майонезный соус. Пенное для кляра брать у нас)) <...>». Под сообщением размещена фотография, на которой запечатлена, в том числе бутылка сидра «Bulmers Original».

30.08.2021 в 10 час. 17 мин. в сообществе «Розливушка | Ухта» размещено сообщение следующего содержания: «Хмурый понедельник нужно срочно разбавить солнечными напитками от **Розливушки | Ухта** Разливной квас и лимонад наверняка поднимут вам настроение, поэтому обязательно забегайте! Ну а если настроение совсем на нуле, пара кружек доброго пенного сделают свое дело. Для вас только свежее и премиальное разливное. Так что скорее к нам в гости <...>». Под сообщением размещено изображение енота с банкой пива «Pabst Blue Ribbon» в лапах.

14.08.2021 в 12 час. 05 мин. в сообществе «Розливушка | Ухта» размещено сообщение следующего содержания: ««Я долго боялась попробовать, но теперь не могу остановиться!» Не бойтесь пробовать новое - в «РОЗЛИВУШКЕ» помимо 20 сортов пенного вам ждут умопомрачительные квас и лимонад Разливной Вятский квас поможет взбодриться после пятницы, а Алтайский лимонад напомнит о беззаботных летних деньках вашего детства <...>». Под сообщением размещена фотография, на которой запечатлена девушка, пригубившая кружку с жидкостью коричневого цвета, а также бутылка пива *«Veritas* Craft *Beer».*

11.08.2021 в 16 час. 10 мин. в сообществе «Розливушка | Ухта» размещено сообщение следующего содержания: «- Ты чего не бреешься? - Нет у меня девушки, для которой хотелось бы побриться... - А для себя? - А для себя я пиво покупаю! За вкусным и свежайшим пенным - вам к нам! И не забудьте про кэшбэк Оплачивайте до 100% от стоимости покупки <...>». Под сообщением размещена фотография, на которой запечатлён мужчина, перед которым стоят тарелка с едой и содержащая изображение торговой марки пива «Bernard» кружка, наполненная пенной жидкостью коричневого цвета.

09.08.2021 в 09 час. 56 мин. в сообществе «Розливушка | Ухта» размещено сообщение следующего содержания: «Доброе утро, друзья! Выспались? Сегодня все ваши планы осуществятся, мы узнавали Отличного вам настроения и бодрого дня от «РОЗЛИВУШКИ УХТА»! Ну что, пока ждем

следующих выходных, побалуемся пенным вечерком? <...>». Под сообщением размещена фотография, на которой запечатлена стоящая спиной девушка, держащая в руке две бутылки с жидкостью жёлтого цвета, одна из бутылок содержит изображение торговой марки пива «Corona».

08.08.2021 в 10 час. 07 мин. в сообществе «Розливушка | Ухта» размещено сообщение следующего содержания: «Привет, Ухта! Встречаем воскресенье с "РОЗЛИВУШКОЙ"! История из тех времён, когда пиво можно было купить не всегда и не везде В Пермском крае (тогда - области) есть курорт Усть-Качка, недалеко от него находится деревня Горшки. Отдыхающие в Усть-Качке, явно не местные, заходят в магазин и спрашивают пиво. Продавщица: - Пиво только в Горшках. - Нам - пофиг, в чём. Дайте три литра». Под сообщением размещена фотография, на которой запечатлены бутылки пива «*Heineken*».

05.08.2021 в 16 час. 38 мин. в сообществе «Розливушка | Ухта» размещено сообщение следующего содержания: «Рабочий день подходит к концу, а у вас совсем не осталось сил? Ловите рецепт отличного вечера от "РОЗЛИВУШКИ"! Найдите интересный фильм или сериал Зайдите в "РОЗЛИВУШКУ" за любимыми разливными напитками и самыми вкусными, на ваш взгляд, закусками Расставьте на столе источающие умопомрачительный аромат закуски, разлейте напитки по бокалам Позовите друзей, вторую половинку или с комфортом устройтесь в одиночестве под мягким пледом Наслаждайтесь заслуженным отдыхом Видите, как все просто? Тогда чего же вы ждете? Скорее приходите в "РОЗЛИВУШКУ" - работаем для вас в Ухте и на Водном!». Под сообщением размещена фотография, на которой запечатлены, в том числе две банки пива «*Pilsner Urquell*», бокал с пенной жидкостью тёмного цвета, содержащий изображение торговой марки пива «*Gulden Draak*», а также кружка, наполненная пенной жидкостью светло-коричневого цвета.

04.07.2021 в 16 час. 30 мин. в сообществе «Розливушка | Ухта» размещено сообщение следующего содержания: «Может ли быть пиво десертом? Еще как!
Оказывается, сладкоежки уже давно могут себя побаловать пивом со вкусом пудинга с ирисками. К сожалению, пивовары не раскрывают секрет состава своего пива, но уверяют, что все дело в сложном сочетании различных сахаров. В результате имеем сладковатый напиток с привкусом ириса, зефира и карамели, а также горьким послевкусием, без которого пиво было бы слишком приторным. Крепость карамельного пива составляет 5%. Ну а уж коль вам не по душе данный фьюжн, забегайте в "РОЗЛИВУШКУ" и наслаждайтесь классическими сочетаниями отменных сортов пенного. Коих у нас более 20 Ждем в Ухте и на Водном! <...>». Под сообщением размещена фотография, на которой запечатлены бутылка пива «*Wells* Sticky Toffee *Pudding» и бокал, наполненный пенной жидкостью тёмного цвета.*

01.07.2021 в 19 час. 30 мин. в сообществе «Розливушка | Ухта» размещено

сообщение следующего содержания: «Все любят получать подарки! Вы тоже? Наверняка, да Друзья, помогите "РОЗЛИВУШКЕ" выбрать, чем порадовать вас в ближайшем будущем Делитесь мнения в опросе и заходите в гости - мы ждем вас в Ухте и на Водном». Под сообщением размещена фотография, на которой запечатлён человек в маске лошади, держащий в руках бутылку пива *«Peroni» и* изображающий потребление пива.

Вышеуказанная информация содержит следующие признаки рекламы:

- распространена посредством размещения в сети Интернет на странице сообщества «Розливушка | Ухта» в социальной сети «ВКонтакте»;

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования – алкогольной продукции (в том числе «Bulmers Original», «Pabst Blue Ribbon», *«Veritas* Craft *Beer»,* «Bernard», «Corona», «*Heineken»,* «*Pilsner Urquell*» , «*Gulden Draak*» , *«Wells* Sticky Toffee *Pudding», «Peroni»), магазинам «Розливушка»,* формирование или поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке.

При таких обстоятельствах указанная информация является рекламой (далее – рассматриваемые рекламы).

В силу п. 3 ч. 5 ст. 5 Закона о рекламе в рекламе не допускается демонстрация процессов курения табака или потребления никотинсодержащей продукции и потребления алкогольной продукции.

В соответствии с п. 6 ч. 5 ст. 5 Закона о рекламе в рекламе не допускается указание на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни, объекта рекламирования, за исключением такого указания в рекламе лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий.

Согласно п. 3 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции не должна содержать утверждение о том, что алкогольная продукция безвредна или полезна для здоровья человека, в том числе информацию о наличии в алкогольной продукции биологически активных добавок, витаминов.

В соответствии с п. 6 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

В силу п. 8 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции не должна размещаться в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Согласно ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде её чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

В части 4 статьи 2 Закона о рекламе закреплено, что специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

В соответствии с п. 7 ст. 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, виноградная водка, бренди), вино, крепленое вино, игристое вино, включая российское шампанское, виноградосодержащие напитки, плодовая алкогольная продукция, плодовые алкогольные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

Согласно пунктам 12.4, 13.1 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»:

- сидр – алкогольная продукция с содержанием этилового спирта не более 6 процентов объема готовой продукции, произведенная в результате брожения яблочного сусла и (или) восстановленного яблочного сока без добавления этилового спирта с насыщением или без насыщения двуокисью углерода;

- пиво – алкогольная продукция с содержанием этилового спирта, образовавшегося в процессе брожения пивного сусла, которая произведена из пивоваренного солода, хмеля и (или) полученных в результате переработки хмеля продуктов (хмелепродуктов), воды с использованием пивных дрожжей, без добавления этилового спирта,

ароматических и вкусовых добавок. Допускается частичная замена пивоваренного солода зерном, и (или) продуктами его переработки (зернопродуктами), и (или) сахаросодержащими продуктами при условии, что их совокупная масса не превышает 20 процентов массы заменяемого пивоваренного солода, а масса сахаросодержащих продуктов не превышает 2 процентов массы заменяемого пивоваренного солода.

В пункте 16 Информационного письма Президиума Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор Практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» указано, что информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Рассматриваемые рекламы вызывают у потребителей ассоциацию с определенным товаром – алкогольной продукцией. В связи с чем, такие рекламы не являются явно не относящимися к рекламе алкогольной продукции. Следовательно, при их размещении должны соблюдаться требования ст. 21 Закона о рекламе.

Рассматриваемые рекламы не содержат предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции.

В рекламах, размещённых 30.09.2021 в 19 час. 30 мин., 23.09.2021 в 19 час. 10 мн., 06.09.2021 в 12 час. 44 мин., 14.08.2021 в 12 час. 05 мин., 11.08.2021 в 16 час. 10 мин., 09.08.2021 в 09 час. 56 мин., 01.07.2021 в 19 час. 30 мин., использованы образы людей.

В рекламах, размещённых 04.09.2021 в 19 час. 07 мин., 30.08.2021 в 10 час. 17 мин. и 01.07.2021 в 19 час. 30 мин., использованы образы животных.

В рекламах, размещённых 06.09.2021 в 12 час. 44 мин., 14.08.2021 в 12 час. 05 мин. и 01.07.2021 в 19 час. 30 мин., демонстрируется процесс потребления алкогольной продукции.

В рекламе, размещённой 19.09.2021 в 19 час. 10 мин., в том числе указано: «Калорийность пива ниже калорийности молока и фруктовых напитков (в 100г слабоалкогольного продукта содержится 42 килокалории). Разумное потребление пива снижает риск развития сахарного диабета и риск возникновения некоторых видов рака».

В связи с чем, в данной рекламе усматривается указание на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни, объекта рекламирования, а также утверждение о том, что алкогольная продукция безвредна или полезна для здоровья человека.

Кроме того, рассматриваемые рекламы алкогольной продукции размещены в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При таких обстоятельствах все рассматриваемые рекламы распространены с признаками нарушения требований п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

Рекламные сообщения, размещённые 30.09.2021 в 19 час. 30 мин., 23.09.2021 в 19 час. 10 мн., 06.09.2021 в 12 час. 44 мин., 04.09.2021 в 19 час. 07 мин., 30.08.2021 в 10 час. 17 мин., 14.08.2021 в 12 час. 05 мин., 11.08.2021 в 16 час. 10 мин., 09.08.2021 в 09 час. 56 мин., 01.07.2021 в 19 час. 30 мин., 30.08.2021 в 10 час. 17 мин., распространены с признаками нарушения требований п. 6 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе.

Рекламные сообщения, размещённые 06.09.2021 в 12 час. 44 мин., 14.08.2021 в 12 час. 05 мин. и 01.07.2021 в 19 час. 30 мин., распространены с признаками нарушения требований п. 3 ч. 5 ст. 5 Закона о рекламе.

Рекламное сообщение, размещённое 19.09.2021 в 19 час. 10 мин., распространено с признаками нарушения требований п. 6 ч. 5 ст. 5, п. 3 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе.

Согласно частями 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за распространение рекламы, не соответствующей требованиям п. 6 ч. 5 ст. 5, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе, несут и рекламодатель, и рекламораспространитель.

В соответствии с ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за распространение рекламы, не соответствующей требованиям п. 8 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе, несёт рекламораспространитель.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за распространение рекламы, не соответствующей требованиям п. 3 ч. 5 ст. 5, п. 3 ч. 1 ст. 21, п. 6 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе, несёт рекламодатель.

Частью 8 ст. 38 Закона о рекламе предусмотрено, что рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6 и 7 настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

В <…> сообщества «Розливушка | Ухта» (https://vk.com/rozliv_ukhta) указан <…>.

Из информации, представленной администрацией МОГО «Ухта», следует, что деятельность в магазине «Розливушка» осуществляет индивидуальный предприниматель <…>, ОГРНИП <...>, ИНН <...> (далее – ИП <...>).

В связи с чем, из имеющихся материалов усматривается, что рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемых реклам является ИП <...>.

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 антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утверждённых Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922,

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № 011/05/21-781/2021 по признакам нарушения п. 3 ч. 5 ст. 5, п. 6 ч. 5 ст. 5, п. 3 ч. 1 ст. 21, п. 6 ч. 1 ст. 21, п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

2.1. заявителя – <…>;

2.2. лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, – ИП <...>, ОГРНИП <...>, ИНН <...>.

3. Назначить дело № 011/05/21-781/2021 к рассмотрению **на 08 ноября 2021 года на 15 часов 30 минут** по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Интернациональная, д. 160, корпус А.

4. **ИП <...> в срок не позднее 03 ноября 2021 года** представить следующие копии документов и письменную информацию:

4.1. О рекламодателе, рекламопроизводителе и рекламораспространителе рассматриваемых реклам, с указанием по каждому такому лицу: полного наименования, адреса места нахождения, Ф.И.О. руководителя, тел./факса – для юридических лиц; Ф.И.О., адреса места регистрации – для физических лиц.

4.2. Копии всех документов со всеми изменениями, дополнениями и приложениями (в том числе, приказов, распоряжений, заявок, договоров,

счетов, счетов-фактур, платежных поручений, актов выполненных работ, электронной переписки), опосредующих производство и распространение рассматриваемых реклам.

4.3. Письменные пояснения каждого последовательно совершенного действия, направленного на производство и распространение рассматриваемых реклам.

4.4. Поясняющие, кто определил содержание рассматриваемых реклам, их наполнение, кем, когда и каким образом одобрены (утверждены, согласованы) рекламы; в случае если рекламы не утверждались и не согласовывались, представьте соответствующую поясняющую письменную информацию с указанием причин непринятия мер по согласованию.

4.5. О периоде распространения рассматриваемых реклам, с указанием дат начала и окончания распространения; если распространение продолжается на дату представления ответа – с указанием соответствующей поясняющей информации и даты начала распространения (отдельно по каждой рекламе).

4.6. Перечень алкогольной продукции, которая реализуется ИП <…> в сети магазинов «Розливушка» г. Ухты, с приложением копий подтверждающих документов (прайс-листов, иных).

4.7. О причинах распространения рассматриваемых реклам без учёта требований п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

4.8. О причинах распространения рекламных сообщений, размещённых 30.09.2021 в 19 час. 30 мин., 23.09.2021 в 19 час. 10 мн., 06.09.2021 в 12 час. 44 мин., 04.09.2021 в 19 час. 07 мин., 30.08.2021 в 10 час. 17 мин., 14.08.2021 в 12 час. 05 мин., 11.08.2021 в 16 час. 10 мин., 09.08.2021 в 09 час. 56 мин., 01.07.2021 в 19 час. 30 мин., 30.08.2021 в 10 час. 17 мин., без учёта требований п. 6 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе.

4.9. О причинах распространения рекламных сообщений, размещённых 06.09.2021 в 12 час. 44 мин., 14.08.2021 в 12 час. 05 мин. и 01.07.2021 в 19 час. 30 мин., без учёта требований п. 3 ч. 5 ст. 5 Закона о рекламе.

4.10. О причинах распространения рекламного сообщения, размещённого 19.09.2021 в 19 час. 10 мин., без учёта требований п. 6 ч. 5 ст. 5, п. 3 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе.

4.11. Иные документы и письменную информацию, имеющие значение для рассмотрения дела (при наличии).

5 . **<…>** вправе (с паспортом) явиться лично и (или) обеспечить явку представителя (с надлежащим образом оформленной доверенностью) для участия в рассмотрении дела, либо сообщить о возможности рассмотрения дела в своё отсутствие **в срок до 03 ноября 2021 года**.

6. **ИП <...>** вправе (с паспортом) явиться лично и (или) обеспечить явку представителя (с надлежащим образом оформленной доверенностью) для участия в рассмотрении дела, либо сообщить о возможности рассмотрения дела в своё отсутствие **в срок до 03 ноября 2021 года**.

Примечание:

При ответе на настоящее определение необходимо соблюдение нумерации пунктов, по приложениям необходимо указать, к какому пункту определения они прилагаются, с указанием номера пункта.

В случае отсутствия документов и письменной информации по отдельным пунктам настоящего определения укажите на их отсутствие с пояснением причин отсутствия и указанием источника, где запрашиваемое может быть получено.

Представленное на определение должно быть подписано уполномоченным лицом, прилагаемые копии надлежащим образом заверены, подтверждена их достоверность и полнота.

В соответствии с ч. 6 ст. 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации) – влечет наложение административного штрафа.

Председатель комиссии <…>