



**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ**

148, г. Тюмень, ул. Холодильная, 58а
31-55

тел. 50-

РЕШЕНИЕ №Р17/23-08

10.07.2017 г.

г. Тюмень

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

| | | |
|---------------------------|-------|--|
| Председатель Комиссии: | <...> | - заместителя руководителя управления; |
| | <...> | - главный специалист- эксперт отдела КСЗ, |
| Члены Комиссии: | | - специалист-эксперт отдела КСЗ, |
| | <...> | |

рассмотрев дело № Р17/23-08, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

в присутствии <...>

УСТАНОВИЛА:

Тюменским УФАС России в соответствии со статьей 33 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.06 №38-ФЗ (далее - Закон о рекламе), в рамках реализации полномочий антимонопольного органа по государственному надзору за соблюдением законодательства РФ о рекламе, при рассмотрении обращения <...> (вх.№1727 от 13.03.2017), был выявлен факт распространения ИП <...> буклетов, содержащих ненадлежащую рекламу в магазинах «С», на центральных улицах г. Тюмени, а также по почтовым

ящикам жилых домов. Буклеты содержат рекламу алкогольной продукции – пиво «С» (розлив) 0,5л. 69 руб. Так же, отсутствует информация о вреде алкогольной продукции на здоровье человека.

Определением от 05.05.2017г. № Р17/23-08 возбуждено дело № Р17/23-08 по признакам нарушения законодательства о рекламе.

Согласно письменным пояснениям, представленным ИП <...>, рассматриваемые буклеты, были изготовлены для использования в качестве меню. Договоров на производство и распространение нет. Рассматриваемые буклеты были утилизированы.

Комиссия, исследовав имеющиеся материалы дела, пришла к следующим выводам.

Согласно статье 3 Закона о рекламе, рекламой является 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; 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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот; ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии со ст. 8 Закона о рекламе, в рекламе товаров при дистанционном способе их продажи должны быть указаны сведения о продавце таких товаров: наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

Понятие продажи товара дистанционным способом закреплено пунктом 2 Постановления Правительства РФ от 27.09.2007 N 612 (ред. от 04.10.2012) "Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом", согласно которому продажа товара дистанционным способом является продажа товаров по договору розничной купли-продажи, заключаемому на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах либо представленным на фотоснимках или с использованием сетей почтовой связи, сетей электросвязи, в том числе информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", а также сетей связи для трансляции телеканалов и (или)

радиоканалов, или иными способами, исключаящими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора.

Вместе с тем, в нарушение требований закрепленных в ст. 8 Закона о рекламе, в рассматриваемой рекламе отсутствуют сведения о продавце таких товаров. Таким образом, в вышеуказанной рекламе содержатся нарушения ст. 8 Закона о рекламе.

Буклеты содержат рекламу алкогольной продукции – пиво «С» (розлив) 0,5л. 69 руб.

[Частью 3 статьи 21](#) Закона о рекламе, предусмотрено, что 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 рассматриваемой рекламе пива отсутствует предупреждение о вреде его чрезмерного потребления, таким образом, в рассматриваемой рекламе имеются нарушения части 3 ст. 21 Закона о рекламе.

В соответствии с ч. 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований ст. 8 и ч.3 ст. 21 Закона о рекламе несет как рекламодатель, так и рекламодателем.

Согласно п. 5 ст. 3 Закона о рекламе, рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержания рекламы лицо.

Согласно п. 7 ст. 3 Закона о рекламе, рекламодателем - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Материалами установлено, что рекламодателем и рекламодателем является ИП <...> (<...>).

Таким образом, в действиях ИП <...>, содержатся нарушения требований ст. 8 и ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

Согласно [пункту 44](#) Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Вместе с тем, ответчиком не представлено документальных доказательств о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании изложенного, Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи ИП <...> предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42, 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу магазинов «С» , **ненадлежащей**, поскольку в ней нарушены требования ст. 8 и ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.
2. Выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тюменского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме _____ года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель
комиссии

<...>

<...>

Члены комиссии

<...>

