

РЕШЕНИЕ № 036/05/21-63/2020

«19» февраля 2020 года

город Воронеж

(дата оглашения резолютивной части решения)

Комиссия Воронежского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: А. В. Логошин – врио руководителя управления;

члены Комиссии: О. Г. Козинина – начальник отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции; Н. М. Федирчук – специалист-эксперт контроля рекламы и недобросовестной конкуренции, рассмотрев дело № 036/05/21-63/2020 по признакам нарушения индивидуальным предпринимателем <...> (далее – ИП <...>) требований п. 3 ч. 3 ст. 5, ч. 7 ст. 5, п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального Закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – представителя ИП <...> по доверенности от 17 февраля 2020 года <...> (далее – <...>),

### **УСТАНОВИЛА:**

30 сентября 2019 года в рамках мониторинга объектов наружной рекламы сотрудниками Воронежского УФАС России выявлен факт распространения на торговой точке «Хмельная Миля» (394068, г. Воронеж, бульвар Олимпийский, д. 6) (далее – торговая точка «Хмельная Миля») следующей информации:

*«ВСЕГДА ЕСТЬ ВЫГОДНЫЕ АКЦИИ «1+1=3» «1,5=2», размещенной на баннере (плакате) с помощью конструктивного элемента (оконного проема) слева от входной группы торговой точки «Хмельная Миля» (далее – рассматриваемая информация № 1);*

*«СКИДКИ! /.../ пиво Балтика № 7, 0,46л. светлое ЦЕНА за 1шт. 49р 59р пив. нап. Гараж, 0,44л. в ассортименте ЦЕНА за 1шт. 65р 72р пиво Гролш Премиум, 0,45л. ЦЕНА за 1шт. 58р 69р пиво Koff, 0,45л. светлое ЦЕНА за 1шт. 69р 79р пиво Деннингхоффс, 0,5л. в ассортименте Германия ЦЕНА за 1шт. 47р 89р пиво Вольфас Энгельман, 0,568л. в ассортименте Литва ЦЕНА за 1шт. 89р 99р пиво Art Craft, 0,44л. в ассортименте ГОРЬКОВСКАЯ пивоварня ЦЕНА за 1шт. 88р 109р пиво 7 Пивоваров, 0,5л. в ассортименте Варница ЦЕНА за 1шт. 59р 63р /.../» с изображениями упомянутых алкогольных напитков, размещенной с помощью конструктивного элемента (оконного проема) слева от входной группы торговой точки «Хмельная Миля» (далее – рассматриваемая информация № 2);*

о чем специалистом-экспертом Воронежского УФАС России Н. М. Федирчуком составлен Акт осмотра объектов наружной рекламы с фотоприложениями.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «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 № 1, 2 размещена на лицевой стороне фасада торговой точки, обращена на улицу, доступна для всеобщего обозрения, направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования, формированию и поддержанию интереса неопределенного круга лиц (далее – рассматриваемая реклама № 1, 2).

Согласно пункту 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» 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. Объектами рекламирования в рассматриваемой рекламе являются товары и предложения (акция), реализуемые на торговой точке «Хмельная Миля» – акции «1+1=3», «1,5=2»; пиво «Балтика № 7», пиво «Гролш Премиум», пивной напиток «Гараж», пиво «Koff», пиво «Деннингхоффс», пиво «Вольфас Энгельман», пиво «Art Craft», пиво «7 Пивоваров».

Установлено, что рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ИП <...>, так как она осуществляет деятельность на торговой точке «Хмельная Миля».

Определением от 28 января 2020 года № 036/05/21-63/2020 в отношении ИП <...> возбуждено дело по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Дело назначено к рассмотрению на 11 часов 00 минут (мск) 19 февраля 2020 года по адресу: г. Воронеж, пр-т Революции, д. 21, зал заседаний.

19 февраля 2020 года, на рассмотрении дела № 036/05/21-63/2020, представитель индивидуального предпринимателя по доверенности <...> заявила об отсутствии у ИП <...> умысла нарушения законодательства РФ о рекламе.

Ознакомившись с материалами дела, изучив объяснения, документы, предоставленные хозяйствующим субъектом, Комиссия установила следующее.

Воронежским УФАС России установлено, что на торговой точке «Хмельная Миля»: акция «1+1=3» применима к ограниченному списку товаров и распространяется только на один сорт разливных напитков (разливное пиво «Обер Канцлеръ») из более чем двадцати девяти предложенных к продаже; акция «1,5=2» не применима вовсе (30.09.2019 года).

В соответствии с пунктом 3 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об ассортименте и о комплектации товаров, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного срока.

В соответствии с фотоматериалами, приложенными к Акту осмотра от 30.09.2019 г. в рассматриваемой рекламе № 1 содержится недостоверная информация о том, что акция «1,5=2» - «ЕСТЬ ВСЕГДА», в то время как возможность приобретения товаров на указанных в рассматриваемой рекламе условиях 30.09.2019 г. у потребителя отсутствовала.

В соответствии с ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В соответствии с фотоматериалами, приложенными к Акту осмотра от 30.09.2019 г. в рассматриваемой рекламе № 1 не содержится существенной информации об ограниченном списке участвующих в акции товаров; о возможном отсутствии действия акции «1,5=2».

Учитывая изложенное, рассматриваемая реклама № 1 содержит признаки нарушения п. 3 ч. 3 ст. 5, ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе», что не допускается.

В соответствии с п. 7 ст. 2 Федерального Закона «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» пиво (пивной напиток) входит в перечень алкогольной продукции с содержанием этилового спирта более 0,5 процентов объема готовой продукции.

Согласно пункту 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием рекламных конструкций

(технических средств стабильного территориального размещения), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

Таким образом, рассматриваемая реклама № 2 имеет признаки нарушения п. 5 ч. 2 ст. 21 ФЗ «О рекламе», что не допускается.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодаделец – изготовитель или продавец товара либо иное лицо определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе», рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований, установленных подпунктом 3 пункта 3 статьи 5, частью 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе», рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Материалами дела подтверждается, ИП <...> не отрицается, что она является рекламоделом и рекламодателем рассматриваемой рекламы № 1, 2.

Согласно п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации. Ненадлежащая реклама не допускается.

Комиссия находит основания для выдачи ИП <...> предписаний о прекращении нарушения требований п. 3 ч. 3 ст. 5, ч. 7 ст. 5, п. 5 ч. 2 ст. 21 ФЗ «О рекламе», в том числе в целях пресечения противоправного поведения в дальнейшем.

Руководствуясь частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 36 - 43 «Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе», утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17 августа 2006 года № 508, Комиссия

#### **РЕШИЛА:**

**1.** Признать ненадлежащей рекламу, распространенную/распространяемую на торговой точке «Хмельная Миля» (394068, г. Воронеж, бульвар Олимпийский, д. 6) следующего содержания:

«ВСЕГДА ЕСТЬ ВЫГОДНЫЕ АКЦИИ «1+1=3» «1,5=2», размещенную на баннере (плакате) с помощью конструктивного элемента (оконного проема) слева от входной группы торговой точки «Хмельная Миля», поскольку в ней нарушены п. 3 ч. 3 ст. 5, ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе» (далее – ненадлежащая реклама № 1);

«СКИДКИ! /.../ пиво Балтика № 7, 0,46л. светлое ЦЕНА за 1шт. 49р 59р пив. нап. Гараж, 0,44л. в ассортименте ЦЕНА за 1шт. 65р 72р пиво Гролш Премиум, 0,45л. ЦЕНА за 1шт. 58р 69р пиво Koff, 0,45л. светлое ЦЕНА за 1шт. 69р 79р пиво Деннингхоффс, 0,5л. в ассортименте Германия ЦЕНА за 1шт. 47р 89р пиво Вольфас Энгельман, 0,568л. в ассортименте Литва ЦЕНА за 1шт. 89р 99р пиво Art Craft, 0,44л. в ассортименте ГОРЬКОВСКАЯ пивоварня ЦЕНА за 1шт. 88р 109р пиво 7 Пивоваров, 0,5л. в ассортименте Варница ЦЕНА за 1шт. 59р 63р /.../» с изображениями упомянутых алкогольных напитков, размещенную с помощью конструктивного элемента (оконного проема) слева от входной группы торговой точки «Хмельная Миля», поскольку в ней нарушены п. 5 ч. 2 ст. 21 ФЗ «О рекламе» (далее – ненадлежащая реклама № 2).

**2.** Выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения п. 3 ч. 3 ст. 5, ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе» путем прекращения распространения ненадлежащей рекламы № 1, либо путем указания всей существенной и достоверной информации, в том числе о том, что указанные в рассматриваемой рекламе условия приобретения товаров применимы не всегда и распространяются на ограниченный список продукции.

**3.** Выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения п. 5 ч. 2 ст. 21 ФЗ «О рекламе» путем прекращения распространения ненадлежащей рекламы № 2.

**4.** Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Воронежского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 03 марта 2020 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 АПК РФ.

Председатель Комиссии:

Члены Комиссии:

А. В. Логошин

О. Г. Козина

Н. М. Федирчук