

ИП <...>

О П Р Е Д Е Л Е Н И Е № 068/05/21-865/2020

о возбуждении производства по делу по признакам нарушения
законодательства Российской Федерации о рекламе

21
года

декабря

2020
г. Тамбов

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Тамбовской области (Тамбовского УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – руководитель управления Гречишников Е.А., рассмотрев материалы о распространении наружной рекламы алкогольной продукции,

У С Т А Н О В И Л А:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Тамбовской области в ходе мониторинга средств наружной рекламы на соответствие требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе 9 декабря 2020 года установлено, что при входе в магазин «Хмельная миля»,

расположенный по адресу: Тамбовская обл., г. Рассказово, ул. Куйбышевский пр-д, 8, размещается информация следующего содержания: «Акция 2=3. Сами варим, сами продаем. Чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью», «Только у нас! То самое, настоящее! Сварено по ГОСТ. Пивоваренная компания «Канцлеръ» Хит продаж! 18+ Чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью». Рассматриваемые материалы сопровождаются изображением банки с продукцией пивоваренной компании «Канцлеръ», а также кружкой, наполненной пенным напитком.

В соответствии с пунктом 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции», пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, относятся к алкогольной продукции.

В силу [статьи 2](#) Федерального закона от 22.11.1995 N 171-ФЗ "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции" алкогольная продукция - это 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, пуаре, медовуха.

Указанная выше информация направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц, формирование интереса, как к продавцу товара, так и к реализуемой продукции, что способствует увеличению объема продаж в данном магазине, следовательно, является рекламной.

При входе в магазин размещена вывеска с графиком работы, согласно которой деятельность в данном здании осуществляет **ИП <...>**.

Размещенная на рекламных баннерах информация обладает оценочным, ассоциативным эффектом, способным воздействовать на сознание потребителя и подтолкнуть его к выбору соответствующего товара именно в указанном магазине.

Таким образом, учитывая специфику магазина "Хмельная миля", реализующего по профилю своей деятельности алкогольную продукцию, распространяемая на баннерах информация о том, что в магазине реализуется продукция пивоваренной компании «Канцлеръ», проходят акции и стимулирующие мероприятия, является рекламой магазина "Хмельная миля" и его услуг по реализации алкогольной продукции (пива).

Согласно выписке из ЕГРИП одним из видов деятельности индивидуального предпринимателя ИП <...> является торговля розничная преимущественно пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями в неспециализированных магазинах.

На основании изложенного, учитывая использование в совокупности изображение кружки, банки, указание вида алкогольной продукции конкретной пивоваренной компании, явно свидетельствует, что внимание потребителей направлено на реализуемую в магазине "Хмельная миля" алкогольную продукцию (пиво), к продавцу рекламируемого товара, а также к проводимым акциям в магазине (2=3).

Согласно письму ФАС России N АК/76734/18 от 24.09.2018 г. "О применении статьи 21 Федерального закона "О рекламе", если распространяется реклама продавца (производителя) алкогольной продукции, в которой отсутствует указание на средства индивидуализации продукции (товарные знаки), используемые для обозначения алкогольной продукции, однако, указываются на сведения, формирующие интерес к алкогольной продукции, как напитку, такая реклама должна соответствовать требованиям статьи 21 Закона о рекламе.

Статьей 21 Закона о рекламе установлены специальные требования и ограничения к рекламе алкогольной продукции.

Согласно пункту 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) 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.

Поскольку рассматриваемые рекламные конструкции с рекламой алкогольной продукции – пива стационарно размещены снаружи на стене занимаемого магазином помещения, в данных рекламах содержатся признаки нарушения пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

Согласно пункту 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с пунктом 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем употребления слов "лучший", "первый", "номер один", должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

Таким образом, для утверждения в рекламе о преимущественных характеристиках предлагаемых услуг необходимо наличие оснований, позволяющих судить о данном превосходстве.

Использованное в рекламе высказывание "Только у нас! То самое, настоящее! Сварено по ГОСТ. Пивоваренная компания «Канцлеръ»" указывает на превосходство указанного магазина и подразумевает, что рекламируемые товары имеют превосходство перед товарами конкурентов и только в данной торговой точке предоставляют товары с лучшими характеристиками по качеству предлагаемой продукции. При этом, объективных доказательств, на основании каких данных сделан такой вывод, в рекламе не содержится.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

С учётом изложенного, на основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 «Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе», утвержденных постановлением Правительства РФ от 17 августа 2006 года № 508,

О П Р Е Д Е Л И Л А:

1. Возбудить дело № 068/05/21-865/2020 по признакам нарушения пункта 5 части 5 статьи 21, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

2. Признать лицом, участвующим в деле:

- лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения

законодательства Российской Федерации о рекламе – ИП <...>.

3. Назначить дело № 068/05/5-865/2020 к рассмотрению **на 21 января 2021 года в 15-00 часов** по адресу: г. Тамбов, ул. Державинская, 1 (3-й этаж, левое крыло, комната № 355).

4. ИП <...> в срок до 18 января 2021 года представить в Тамбовское УФАС России следующие документы и информацию (копии должны быть надлежащим образом заверены):

- копии документов и материалов (договоры со всеми приложениями, акты выполненных работ, платежные документы), связанных с изготовлением и распространением рассматриваемых реклам;
- копию договора аренды (свидетельства о праве собственности) на помещение по адресу: Тамбовская обл., г. Рассказово, ул. Куйбышевский пр-д, 8;
- информацию о лице, разработавшем макет рекламы;
- период размещения рассматриваемых реклам;
- письменные объяснения о причинах распространения рекламы алкогольной продукции, в то время как реклама подобного содержания не допустима.
- информацию об иных местах распространения рекламы вышеуказанного содержания;
- подтверждение, что в только в магазине «Хмельная миля» продается п и в о пивоваренной компания «Канцлеръ» с приложением подтверждающих документов;
- письменные объяснения о причинах распространения рекламы с указанием, что только в данном магазине продается "То самое, настоящее" без подтверждения данного факта в рекламе.

В связи с эпидемиологической обстановкой лицам, участвующим в деле, предлагается принять участие в заседании Комиссии посредством видео-конференц- связи либо направить ходатайство о его рассмотрении без участия своих представителей.

Для участия в заседании посредством видео-конференц-связи лицам необходимо заблаговременно направить в Тамбовское УФАС России соответствующее ходатайство (в нем, в т.ч. указать контактное лицо и его телефон) и доверенность на представителя. Доверенность должна быть представлена в оригинале или в форме электронного документа, заверенного усиленной квалифицированной электронной подписью (на адрес to68@fas.gov.ru). При себе необходимо иметь документ удостоверяющего личность представителя.

Обязанность предоставления в антимонопольный орган информации, в том числе составляющей коммерческую, служебную и иную охраняемую законом тайну, установлена статьей 34 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О

рекламе».

Дополнительно сообщаем, что 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 ответственность, предусмотренную частью 6 статьи 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Председатель Комиссии
Гречишникова

Е.А.

Исп. Мясникова Алена Николаевна, 8(4752) 72-93-54