

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ

### о возбуждении дела № 012/05/21-807/2021 и назначении дела к рассмотрению

«03» сентября 2021 года  
Йошкар-Ола

г.

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, заместитель руководителя – начальник отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Марийского УФАС России, рассмотрев материалы по факту размещения наружной рекламы вино-бара «Ласковые сети», расположенного по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Петрова, д. 4 В,

#### УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) в ходе мониторинга наружной рекламы установлены факты размещения рекламы вино-бара «Ласковые сети», расположенного по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Петрова, д.4В., которая содержит признаки нарушения законодательства о рекламе, следующего содержания:

Согласно статье 3 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон 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.

Информация, указанная в рассматриваемых вывесках, является рекламой, так как распространена при помощи рекламных плакатов и рекламных конструкций, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и

конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена (Письмо ФАС России от 05.04.2007 №АЦ/4624 «О понятии «неопределенный круг лиц»).

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, содержащегося в рассматриваемой рекламе следует, что объектом рекламирования являются услуги по продаже алкогольной продукции.

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. Недостаточная информированность потребителя обо всех условиях рекламируемого товара (работы, услуги), имеющая место в силу недобросовестного поведения организации, предоставляющей услуги или реализующей товар, приведет к неоправданным ожиданиям названного лица, прежде всего, в отношении сделки, которую он намерен заключить. Закон не предъявляет требования указать всю существенную информацию, но обязывает формировать у ее потребителя правильное (достоверное) восприятие о соответствующей продукции (товаре, услуге).

Согласно Постановлению Пленума, ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами ФЗ «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 соответствии с пунктами 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит недостоверные сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

В соответствии с Письмом ФАС России от 20.02.2015 № АК/7749/15 «О рекламе

алкогольной продукции» требование о предупреждении вреда чрезмерного потребления алкогольной продукции применяется к любым способам распространения рекламы любой алкогольной продукции.

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.

Реклама, вино-бара «Ласковые сети», расположенного по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Петрова, д. 4 В, является рекламой алкогольной продукции, так как в ней использовано изображение рюмки с вином, а также бочек. Кроме того, название вино-бара «Ласковые сети» указывает на ассортимент алкогольной продукции.

В рассматриваемой рекламе отсутствует предупреждение, предусмотренное частью 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Как видно из фотографий спорной рекламы вино-бара «Ласковые сети», расположенного по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Петрова, д. 4 В предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции отсутствует, что содержит признаки нарушения требований ч.3 ст. 21 Закона о рекламе.

На основании вышеизложенного, Марийским УФАС России усматриваются признаки нарушения части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 №

38-ФЗ «О рекламе».

Кроме того, 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.

В соответствии с частью 3 Письма ФАС России от 28.04.2011 № АК/16266 «О некоторых вопросах применения законодательства о рекламе» к числу технических средств стабильного территориального размещения относятся щиты, стенды, строительные сетки, перетяжки, электронные табло, воздушные шары, аэростаты и иные объекты, монтируемые и располагаемые на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта.

При этом определяющим признаком для отнесения той или иной конструкции-рекламоносителя к числу технических средств стабильного территориального размещения, по смыслу указанной части статьи 19 Федерального закона «О рекламе», является невозможность перемещения и изменения положения в пространстве присоединенной к конструкции рекламы.

Указанная рекламная конструкция прикреплена с помощью саморезов к внешней стороне вино-бара «Ласковые сети», нежилое помещение которого входит в состав здания, что противоречит требованиям пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

На основании вышеизложенного, Марийским УФАС России усматриваются признаки нарушения пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частями 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований части 3 статьи 21 Закона о рекламе несет рекламодатель и рекламораспространитель, требований пункта 5 части 2 статьи 21 – 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, деятельность вино-баре «Ласковые сети» осуществляет ООО «Юнит-М» (ИНН 1215223739, ОГРН 1181215002638). Указанная рекламная конструкция располагается в месте осуществления деятельности ООО «Юнит-М», привлекает внимание к вино-бару «Ласковые сети».

Таким образом, вышеуказанная наружная реклама вино-бара «Ласковые сети», расположенная по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Петрова, д. 4 В нарушает требования пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

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, 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 № 012/05/21-807/2021 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
2. Назначить дело № 012/05/21-807/2021 к рассмотрению на 30 сентября 2021 года в 11 часов 00 минут (по Московскому времени) в помещении Марийского УФАС России, по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Волкова, д. 164.
3. Признать лицом, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе: ООО «Юнит-М» (ИНН 1215223739, ОГРН 1181215002638, адрес: 424031, Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, ул. Пролетарская, 39, оф. 22)
4. ООО «Юнит-М» в срок до 23.09.2021 представить в Марийское УФАС России следующие сведения и документы: указать, считает ли Общество, что рассматриваемая реклама является ненадлежащей и противоречит требованиям пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе». Представить мотивированную позицию.
5. Явка лица, участвующего в деле (либо его представителя с надлежащим образом оформленной доверенностью), является правом, а не обязанностью.
6. Предложить лицу представить иные сведения и материалы, имеющие

значение при рассмотрении данного дела.

*Все затребованные документы должны быть оформлены в соответствии с требованиями делопроизводства, подписаны должностным лицом и заверены печатью. В случае невозможности представления документов в указанные сроки просим направить их по факсу: 8(8362)56-60-56 либо по электронной почте [fo12@fas.gov.ru](mailto:fo12@fas.gov.ru), с последующим направлением по почте.*

В случае отсутствия названных документов представить письменное объяснение причины их отсутствия.

Заместитель руководителя–

начальник           отдела