РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 013/05/21-44/2024

Резолютивная часть решения объявлена 18 марта 2024 года

Решение изготовлено в полном объеме 25 марта 2024 года г. Саранск

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

председатель Комиссии: <...> - руководитель Управления,

члены Комиссии: <...> – начальник отдела контроля органов власти и соблюдения антимонопольного законодательства, <...> – главный государственный инспектор отдела контроля органов власти и соблюдения антимонопольного законодательства,

рассмотрев 18 марта 2024 года дело № 013/05/21-44/2024 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбужденное антимонопольным органом по собственной инициативе по фактам распространения рекламы вина АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА, ХЕНТЕ КОРРИЕНТЕ по скидкам с приложением Smart с 22 января по 04 февраля, а также рекламы вина АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА по скидкам с приложением Smart и водки ЛЕСНАЯ МОРОША по акции в супермаркетах Smart с 05 по 18 февраля, размещенной с использованием двух плакатов, закрепленных на остеклении входной группы торгового центра «Арена» (г. Саранск, <...>), в которой усматриваются признаки нарушения части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе»,

в присутствии:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, - Общество с ограниченной ответственностью «Сладкая Жизнь Плюс» <...>, интересы которого путем присоединения к сеансу видеоконференцсвязи по ссылке <...> представляет <...> по доверенности <...>, предъявлен паспорт,

УСТАНОВИЛА:

В силу статьи 33 Федерального закона «О рекламе» антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий: 1) федеральный государственный контроль (надзор) в сфере рекламы; 2) возбуждение и рассмотрение дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании части 5 статьи 35.1 Федерального закона «О рекламе» принято положение о федеральном государственном контроле (надзоре) в сфере рекламы, утвержденное постановлением Правительства Российской Федерации от 30.06.2021 № 1073 (далее - Положение о госнадзоре). При этом Положение о госнадзоре соотносится с нормами Федерального закона от 31.07.2020 № 248-ФЗ «О государственном контроле (надзоре) и муниципальном контроле в Российской Федерации» (далее - ФЗ № 248-ФЗ).

В Положении о госнадзоре установлен порядок проведения как профилактических мероприятий (информирование, обобщение правоприменительной практики, объявление предостережения, консультирование, профилактический визит), так и

контрольно-надзорных мероприятий (документарная проверка, выездная проверка), проводимых антимонопольными органами в сфере рекламы.

Согласно пункту 4 части 3 статьи 1 ФЗ № 248-ФЗ рассмотрение дел о нарушении законодательства о рекламе для целей указанного закона к государственному контролю (надзору), муниципальному контролю не относится и, как следствие, положения ФЗ № 248-ФЗ не применяются к процедуре возбуждения и рассмотрения указанных дел.

Пунктом 13 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, предусмотрены основания для возбуждения дел о нарушении законодательства о рекламе, одним из которых, согласно подпункту г) пункта 13 таких Правил, является собственная инициатива в случае обнаружения антимонопольным органом признаков нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

С учетом изложенного положения постановления Правительства Российской Федерации от 30.06.2021 № 1073 «Об особенностях организации и осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля» не ограничивают полномочия антимонопольных органов возбуждать и рассматривать дела о нарушении законодательства о рекламе, в том числе по собственной инициативе в случае обнаружения антимонопольным органом признаков нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с пунктом 24 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при наличии признаков нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган принимает решение о возбуждении дела и выносит определение о назначении дела к рассмотрению.

При проведении наблюдения за соблюдением обязательных требований на территории городского округа Саранск Республики Мордовия специалистом Мордовского УФАС России выявлен факт распространения 30 - 31 января 2024 года в помещении тамбура на остеклении входной группы торгового центра «Арена» (г. Саранск, <...>) рекламы вина АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА, ХЕНТЕ КОРРИЕНТЕ по скидкам с приложением Smart с 22 января по 04 февраля.

Данные обстоятельства послужили основанием для возбуждения Мордовским УФАС России дела № 013/05/21-44/2024 в отношении ООО «Сладкая Жизнь Плюс» по признакам нарушения части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Производство по настоящему делу возбуждено определением Мордовского УФАС России от 02.02.2024 № ДМ/416/24 о возбуждении дела № 013/05/21-44/2024 и назначении дела к рассмотрению. Рассмотрение дела откладывалось определением Мордовского УФАС России от 21.02.2024 № ЕЛ/688/24 о продлении срока и отложении рассмотрения дела № 013/05/21-44/2024. Названными определениями от лица, привлеченного к участию в деле, затребована информация по существу настоящего разбирательства.

В рамках возбужденного дела № 013/05/21-44/2024 поступили документы и

сведения с письмами ООО «Сладкая Жизнь Плюс» <...>.

В процессе разбирательства по делу № 013/05/21-44/2024 специалистами Мордовского УФАС России выявлено продолжающееся распространение 05 февраля 2024 года в помещении тамбура на остеклении входной группы торгового центра «Арена» (г. Саранск, <...>) рекламы вина АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА, дополненное распространением рекламы ВОДКИ ЛЕСНАЯ МОРОША.

Пунктом 5 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, определено, что в случае распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, только на территории, подведомственной одному территориальному органу Федеральной антимонопольной службы, дела возбуждаются и рассматриваются по месту распространения такой рекламы.

Поскольку данных о распространении рекламы вина АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА, ХЕНТЕ КОРРИЕНТЕ по скидкам с приложением Smart с 22 января по 04 февраля, а также рекламы вина АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА по скидкам с приложением Smart и водки ЛЕСНАЯ МОРОША по акции в супермаркетах Smart с 05 по 18 февраля на иных территориях не выявлено, настоящее дело возбуждено и рассматривается Мордовским УФАС России по месту распространения такой рекламы, а именно, на территории городского округа Саранск Республики Мордовия.

Факты распространения указанной рекламы алкогольной продукции (вина и водки) зафиксированы актом проведения наблюдения обязательных требований в сфере рекламы от 31.01.2024, а также актом проведения наблюдения обязательных требований в сфере рекламы от 05.02.2024, составленными специалистами Мордовского УФАС России (приобщены к материалам настоящего дела), которые свидетельствуют о следующем.

На остеклении входной группы торгового центра «Арена» (г. Саранск, ул. Богдана Хмельницкого, д.35), просматриваемом изнутри помещения тамбура, слева при движении на выход из торгового центра закреплены два плаката с зафиксированной 30 - 31 января 2024 года информацией:

«Скидки с приложением Smart от 659^{90} ВИНО АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА 7,5% белое брют, сладкое, Италия 0,75 л с 22 января по 04 февраля низкие цены для лучшей жизни smart ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ» с изображениями двух бутылок с этикетками «ASTI» «PROSECCO», экрана мобильного телефона с QR-кодом, сообщением «Скачайте Smart» и логотипами «GooglePlay» «AppStore» «AppGallery»;

«Скидки с приложением Smart ~~469^{90}~~ 399^{90} ВИНО ХЕНТЕ КОРРИЕНТЕ белое, красное сухое Испания 0,75 л с 22 января по 04 февраля низкие цены для лучшей жизни smart ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ» с изображениями двух бутылок с этикетками «GENTE CORRYENTE» «GENTE CORRYENTE», экрана мобильного телефона с QR-кодом, сообщением «Скачайте Smart» и логотипами «GooglePlay» «AppStore» «AppGallery».

На остеклении входной группы торгового центра «Арена» (г. Саранск, ул. Богдана

Хмельницкого, д.35), просматриваемом изнутри помещения тамбура, слева при движении на выход из торгового центра закреплены два плаката с зафиксированной 05 февраля 2024 года информацией:

«Скидки с приложением Smart от 659^{90} ВИНО АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА 7,5% белое брют, сладкое, Италия 0,75 л с 05 по 18 февраля низкие цены для лучшей жизни smart ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ» с изображениями двух бутылок с этикетками «ASTI» «PROSECCO», экрана мобильного телефона с QR-кодом, сообщением «Скачайте Smart» и логотипами «GooglePlay» «AppStore» «AppGallery»;

«с 05 по 18 февраля smart* 299^{90} ВОДКА ЛЕСНАЯ МОРОША №1 40% Россия 0,5 л низкие цены для лучшей жизни *умный Цены действительны в супермаркетах SMART. Цены указаны в рублях. Акция действует при условии наличия товара. Внешний вид может отличаться от представленного. Количество товара ограничено. Цены действительны с 05 по 18 февраля 2024 года. ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ» с изображением бутылки с этикеткой «ЛЕСНАЯ МОРОША на минеральной воде ВОДКА *ЭКОспирт и минеральная вода рожденная в Карелии* уровень 1 мягкости».

На состоявшемся 18 марта 2024 года заседании Комиссии представитель ООО «Сладкая Жизнь Плюс» <...> поддержала полностью письменную позицию Общества, признав факт распространения рекламы алкогольной продукции вне зоны торговли магазина Smart, расположенного в торговом центре «Арена» (г. Саранск, <...>), и устно сослалась на то, что только по данному адресу по технической ошибке были вывешены плакаты с рассматриваемой рекламой, места для размещения которых выбирал директор магазина и которые демонстрировались с 22 января по 7 февраля текущего года, после указанного периода в адрес Общества поступило определение о возбуждении дела и такие плакаты были удалены.

Комиссия, заслушав мнение лица, участвующего в деле, исследовав собранные по настоящему делу документы и материалы в их совокупности, и при этом не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения настоящего дела, приходит к следующим выводам.

Вариативно демонстрируемая в период с 22 января по 07 февраля 2024 года для всеобщего обозрения информация о конкретном товаре - «от 659^{90} ВИНО АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА 7,5% белое брют, сладкое, Италия 0,75 л», «~~469^{90}~~ 399^{90} ВИНО ХЕНТЕ КОРРИЕНТЕ белое, красное сухое Испания 0,75 л», «299^{90} ВОДКА ЛЕСНАЯ МОРОША №1 40% Россия 0,5 л» с изображением образцов таких вин и водки с оригинальными этикетками направлена на привлечение внимания потребителей к ассортиментному ряду конкретной алкогольной продукции, реализуемой в супермаркетах Smart по скидкам с приложением Smart в периоды действия акции с 22 января по 04 февраля и с 05 по 18 февраля, на формирование и поддержание интереса к такой алкогольной продукции и ее продавцу Smart, призвана способствовать реализации алкогольной продукции, что по всем признакам соответствует понятию рекламы.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с помощью 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» объект рекламирования – товар, средство индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности, либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Согласно пункту 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Объектом рекламирования рассматриваемой рекламы являются вина АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА, ХЕНТЕ КОРРИЕНТЕ, предлагаемые по скидкам с приложением Smart с 22 января по 04 февраля, вина АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА, предлагаемые по скидкам с приложением Smart с 05 по 18 февраля, а также водка ЛЕСНАЯ МОРОША крепостью 40%, предлагаемая по акции в супермаркетах Smart с 05 по 18 февраля.

В торговом центре «Арена» (г. Саранск, ул. Богдана Хмельницкого, д.35) наряду с другими объектами торговли находится магазин «Smart», брендированная вывеска которого, среди прочих вывесок, размещена на фасаде названного торгового центра.

Магазин «Smart» является объектом торговли ООО «Сладкая Жизнь Плюс», в торговом зале которого, в секции «Алкогольные напитки», выставлены для продажи поименованные в рекламе вина с такими ценниками, как вино АСТИ КОНТЕССА бел сладкое 7,5% 0,75л Италия, ПРОСЕККО КОНТЕССА бел брют 11% 0,75л Италия, ХЕНТЕ КОРРИЕНТЕ айрен белое сухое 11% 0,75л Испания, ХЕНТЕ КОРРИЕНТЕ темпранильо красное сухое 12,5% 0,75л Испания, а также поименованная в рекламе водка с таким ценником, как водка МОРОША уровень мягкости 1 40% 0,5 л Россия цена за шт. 299^{90} (акты проведения наблюдения обязательных требований в сфере рекламы от 31.01.2024, от 05.02.2024).

Общество с ограниченной ответственностью «Сладкая Жизнь Плюс» <...> значится в Едином государственном реестре юридических лиц, сведения о котором размещены на официальном сайте Федеральной налоговой службы egrul.nalog.ru, и основным видом деятельности которого является торговля оптовая пищевыми продуктами, напитками и табачными изделиями (ОКВЭД 46.3), в том числе среди дополнительных видов деятельности - торговля розничная пищевыми продуктами, напитками и табачными изделиями в специализированных магазинах (ОКВЭД 47.2), а также имеет лицензию <...>, выданную Министерством экономики, торговли и предпринимательства Республики Мордовия, на осуществление деятельности по розничной продаже алкоголя по месту нахождения обособленного подразделения: Республика Мордовия, г. Саранск, <...>.

ООО «Сладкая Жизнь Плюс» с целью организации своей торговой деятельности арендует помещение по адресу: г. Саранск, <...>. Данные обстоятельства подтверждаются договором аренды <...>, заключенным между <...> и ООО «Сладкая Жизнь Плюс».

Согласно сведениям, предоставленным с письмом ООО «Сладкая Жизнь Плюс» <...>, по указанному месту нахождения помещения торговли (г. Саранск, <...>) реализуется в ассортименте как крепкий алкоголь, в частности, водка, так и вино.

Соответственно, ООО «Сладкая Жизнь Плюс» на законных основаниях занимается розничной продажей алкогольной продукции в магазине «Smart» (г. Саранск, <...>) и является продавцом алкогольной продукции, в чьих интересах распространяется рассматриваемая реклама вина и водки.

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» 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.

Тем самым рассматриваемой рекламой продвигаются реализуемые в магазине «Smart» вино АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА, ХЕНТЕ КОРРИЕНТЕ крепостью от 7,5% до 12,5%, а также водка МОРОША крепостью 40%, то есть конкретная алкогольная продукция крепостью более 5%.

Статьей 21 Федерального закона «О рекламе» в отношении рекламы алкогольной продукции установлены специальные требования и ограничения.

В соответствии с частью 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов. Реклама вина, крепленого вина и игристого вина, произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда, разрешается на выставках пищевой продукции (за исключением продуктов детского питания) и выставках организаций общественного питания, а также на специализированных ярмарках винодельческой продукции (специализированный раздел ярмарки пищевой промышленности и сопутствующих товаров).

Из приведенных законоположений следует, что реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в пределах зоны стационарных торговых объектов, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, и не должна размещаться вне таких объектов торговли.

Однако в рассматриваемом случае реклама алкогольной продукции крепостью более 5% - вина АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА, ХЕНТЕ КОРРИЕНТЕ, водки МОРОША

распространяется вне зоны торгового помещения магазина «Smart», а именно, в тамбуре входной группы торгового центра «Арена», являющегося зоной интенсивного движения посетителей торгового центра, в котором находятся и другие торговые объекты, в частности, магазин «Детский мир», вывеска которого «ДЕТСКИЙ МИР новый магазин» размещена на стене тамбура недалеко от места расположения плакатов с рекламой алкоголя (видео-, фотоотчеты имеются в материалах настоящего дела).

Следовательно, распространяемая реклама алкогольной продукции направлена на находящихся за пределами магазина «Smart» потребителей, в том числе несовершеннолетних, а не на покупателей в месте продажи алкоголя, что недопустимо.

Комиссия, исходя из фактически установленных обстоятельств, признаёт, что в данном случае ООО «Сладкая Жизнь Плюс», чья торговая деятельность по продаже алкоголя в магазине «Smart» продвигается рассматриваемой рекламой, определило содержание такой рекламы и инициировало её распространение посредством размещения рекламных плакатов за пределами зоны торговли алкоголем, и тем самым выступило рекламодателем и рекламораспространителем.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодатель и рекламораспространитель – ООО «Сладкая Жизнь Плюс» вопреки законодательно установленным требованиям организовало распространение рекламы алкоголя в запрещенном месте и тем самым допустило нарушение части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Таким образом, вариативно распространявшаяся на территории городского округа Саранск Республики Мордовия в период с 22 января по 07 февраля 2024 года реклама «Скидки с приложением Smart от 659^{90} ВИНО АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА 7,5% белое брют, сладкое, Италия 0,75 л с 22 января по 04 февраля низкие цены для лучшей жизни smart ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ» с изображениями двух бутылок с этикетками «ASTI» «PROSECCO», экрана мобильного телефона с QR-кодом, сообщением «Скачайте Smart» и логотипами «GooglePlay» «AppStore» «AppGallery», реклама «Скидки с приложением Smart ~~469^{90}~~ 399^{90} ВИНО ХЕНТЕ КОРРИЕНТЕ белое, красное сухое Испания 0,75 л с 22 января по 04 февраля низкие цены для лучшей жизни smart ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ» с изображениями двух бутылок с этикетками «GENTE CORRYENTE» «GENTE CORRYENTE», экрана мобильного телефона с QR-кодом, сообщением «Скачайте Smart» и логотипами «GooglePlay» «AppStore» «AppGallery», реклама «Скидки с приложением Smart от 659^{90} ВИНО АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА 7,5% белое брют, сладкое, Италия 0,75 л с 05 по 18 февраля низкие цены для лучшей жизни smart ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ» с

изображениями двух бутылок с этикетками «ASTI» «PROSECCO», экрана мобильного телефона с QR-кодом, сообщением «Скачайте Smart» и логотипами «GooglePlay» «AppStore» «AppGallery», реклама «с 05 по 18 февраля smart* 299^{90} ВОДКА ЛЕСНАЯ МОРОША №1 40% Россия 0,5 л низкие цены для лучшей жизни *умный Цены действительны в супермаркетах SMART. Цены указаны в рублях. Акция действует при условии наличия товара. Внешний вид может отличаться от представленного. Количество товара ограничено. Цены действительны с 05 по 18 февраля 2024 года. ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ» с изображением бутылки с этикеткой «ЛЕСНАЯ МОРОША на минеральной воде ВОДКА *ЭКОспирт и минеральная вода рожденная в Карелии* уровень 1 мягкости», размещенная поэтапно на двух плакатах (1 и 2 реклама – с 22 января по 04 февраля; 3 и 4 реклама - с 05 февраля по 07 февраля), закрепленных на остеклении входной группы торгового центра «Арена» (г. Саранск, <...>) и просматриваемых изнутри помещения тамбура, слева при движении на выход из торгового центра, то есть вне зоны торгового помещения магазина «Smart», в котором осуществляется розничная продажа такой алкогольной продукции, нарушает требования части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» и поэтому является ненадлежащей.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с частью 4 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» определено, что рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 2.1 статьи 21 настоящего Федерального закона.

Материалами настоящего дела установлено, что распространение ненадлежащей рекламы опосредовано и выражено действиями рекламораспространителя, одновременно выступившего рекламодателем, – ООО «Сладкая Жизнь Плюс» <...>.

Комиссия, учитывая, что в настоящее время распространение ненадлежащей рекламы прекращено ООО «Сладкая Жизнь Плюс» добровольно, не усматривает необходимости в выдаче предписания о прекращении нарушения рекламного законодательства.

Вместе с тем усматривается необходимость передачи материалов дела уполномоченному должностному лицу Мордовского УФАС России для рассмотрения вопроса о привлечении лица, допустившего нарушение законодательства о рекламе, по месту распространения ненадлежащей рекламы к административной ответственности по статье 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь частью 2.1 статьи 21, пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-49, 54 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам

нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей распространенную на территории городского округа Саранск Республики Мордовия рекламу алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции - вина АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА, ХЕНТЕ КОРРИЕНТЕ, а также водки ЛЕСНАЯ МОРОША, вариативно размещавшуюся с 22 января по 07 февраля 2024 года с использованием плакатов, закрепленных на остеклении входной группы торгового центра «Арена» (г. Саранск, <...>), которая распространялась вне зоны стационарного торгового объекта – магазина «Smart», где осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, поскольку такая реклама нарушает требования части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

2. Не выдавать рекламодателю и рекламораспространителю – Обществу с ограниченной ответственностью «Сладкая Жизнь Плюс» <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, поскольку распространение ненадлежащей рекламы прекращено.

3. Передать материалы дела № 013/05/21-44/2024 (копии) уполномоченному должностному лицу Мордовского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии: <...>

Члены Комиссии:

<...>

<...>