

## РЕШЕНИЕ

по делу № 027/05/21-1659/2023

22 декабря 2023 года  
Хабаровск

г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

руководитель управления;

Члены Комиссии:

начальник отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

ведущий специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело № 027/05/21-1659/2023 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения ИП \* рекламы с нарушением требований пункта 6 части 1, пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

в отсутствие ИП \*, извещенной надлежащим образом о дате, месте и времени рассмотрения дела,

### **УСТАНОВИЛА:**

В ходе контрольного (надзорного) мероприятия Хабаровским УФАС России 21 ноября 2023 года отслежена реклама следующего содержания: *«Весёлый папа. Единый номер предзаказа +7-924-200-19-89. Скидка -25%. Акция 3+1, 2+1»*, сопровождаемая изображением животных (рыбы и краба) и размещаемая на рекламной конструкции, располагаемой на крыше магазина «Весёлый папа» по адресу: г. Хабаровск, ул. Ленинградская, д. 3/1.

Согласно пункту 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.

В соответствии с пунктом 16 Информационного письма ВАС от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

**Информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания и поддержания интереса к продавцу алкогольной продукции (магазину пива «Весёлый папа»), продвижению его на рынке и, следовательно, является рекламой.**

**Рекламное предложение о выгодных условиях приобретения товара со скидкой по акции формирует дополнительный интерес к магазину «Весёлый папа» и стимулирует потребителя приобрести товар, в том числе алкогольную продукцию – пиво, в магазине по адресу: г. Хабаровск, ул. Ленинградская, д. 3/1.**

Учитывая специфику рекламируемого магазина разливных напитков «Весёлый папа», имеющего по профилю своей деятельности широкий ассортимент алкогольных напитков (пиво), магазин ассоциируется с алкогольной продукцией, а не с иными напитками и в традиционном понимании, формирует интерес потребителей именно к алкоголю. Для потребителя однозначно и непосредственно свидетельствует о возможности приобретения в данном магазине алкогольной продукции (пиво), вне зависимости от того есть ли в рекламе наименование или изображение такой продукции.

Таким образом, реклама, сообщающая о возможности получения скидок, об участии в акциях в магазине «Весёлый папа», реализующего алкогольную продукцию, направлена на привлечение внимания к продавцу алкогольной продукции.

В соответствии с частью 4 статьи 2 ФЗ «О рекламе» специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

С учетом требований части 4 статьи 2 ФЗ «О рекламе» реклама продавца алкогольной продукции должна соответствовать требованиям, предъявляемым к рекламе этого товара. Из рекламы не следует, что она относится к какому либо иному товару, который может быть реализован в данном магазине.

Согласно пункту 5 части 2 статьи 21 ФЗ «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.

Так, под рекламной конструкцией понимаются любые конструкции, прочно (стабильно, стационарно) связанные с объектом недвижимого имущества таким образом, что такая связь делает невозможным монтаж/демонтаж конструкции без использования специальных технических средств или устройств (машин, механизмов, инструментов т.п.).

Указанная рекламная конструкция располагается на крыше магазина «Весёлый папа», что противоречит требованиям пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Частью 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» предусмотрено, что 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 и игристого вина (шампанского), 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.

Из данной нормы следует, что реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции должна быть размещена таким образом, чтобы быть направленной непосредственно на потребителей, находящихся внутри отделов продаж данной продукции.

Размещенная на крыше магазина реклама о покупках реализуемого в нем товара (пива) по выгодной цене (со скидкой, акциями) адресована потребителям, находящимся вне отдела продажи алкоголя, и формирует интерес к алкогольным напиткам, в том числе с объемной долей этилового спирта более 5%, лиц, не находящихся в помещении магазина «Весёлый папа».

Кроме того, согласно пункту 6 части 1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

В нарушение данной нормы реклама магазина «Весёлый папа» содержит образы животных (рыбы и краба).

Таким образом, реклама нарушает положения пункта 6 части 1, пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» за нарушение требований пункта 6 части 1 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность несет рекламодаделец.

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (пункт 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе»).

Частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» предусмотрена ответственность рекламодателя за нарушение требований пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Рекламодатель - лицо, осуществляющее

распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункт 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе»).

Деятельность по реализации пива в магазине «Весёлый папа» по ул. Ленинградская, 3/1 в г. Хабаровске (продавец товара) осуществляет ИП \*.

Таким образом, рекламодателем и рекламораспространителем одновременно, в интересах которой распространялась реклама, является ИП \*.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1,2 статьи 36 Федерального Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

#### РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей следующую рекламу: *««Весёлый папа. Единый номер предзаказа +7-924-200-19-89. Скидка -25%. Акция 3+1, 2+1»*, сопровождаемую изображением животных (рыбы и краба) и размещаемую ИП \* на рекламной конструкции, располагаемой на крыше магазина «Весёлый папа» по адресу: г. Хабаровск, ул. Ленинградская, д. 3/1, поскольку в ней нарушены требования пункта 6 части 1, пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ИП \* обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Хабаровского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 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 (в трехмесячный срок).

Председатель

Комиссии

Члены Комиссии: