РЕШЕНИЕ
по делу № 077/05/21-6506/2020
«15» июля 2020 года
г. Москва
Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе (далее — Комиссия Московского УФАС России) в составе:
председателя Комиссии: <...>ой,
членов Комиссии: <...>ой, <...>,
рассмотрев дело № 077/05/21-6506/2020 по признакам нарушения ООО «ГАСК КОМПАНИ» части 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении в витрине бара «Варка», расположенного по адресу г. Москва, Цветной бул., д. 7, стр. 1, рекламы алкогольной продукции бренда «Jagermeister»,
в отсутствие ООО «ГАСК КОМПАНИ» (заявлено письменное ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие представителей),
УСТАНОВИЛА:
Дело № 077/05/21-6506/2020 возбуждено Московским УФАС России на основании обращения физического лица и материалов относительно распространения в витрине бара «Варка», расположенного по адресу г. Москва, Цветной бул., д. 7, стр. 1, рекламы алкогольной продукции бренда «Jagermeister».
Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.
ООО «ГАСК КОМПАНИ» (место нахождения: 121087, г. Москва, ул. Тучковская, д. 11, корп. 2, эт. 2, пом. I, комн. 7) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 17.04.2017 за основным государственным регистрационным номером 1177746389974, ИНН/КПП 7730234244/773001001.
В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе рекламой является 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 2 статьи 3 Закона о рекламе объектом

рекламирования является 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.
В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно представленным в материалы дела документам и сведениям, в октябре 2018 года в витрине бара «Варка», расположенного по адресу г. Москва, Цветной бул., д. 7, стр. 1, размещалась реклама алкогольной продукции бренда «Jagermeister».
Рекламный плакат содержал следующую информацию: «Легенда крафта Варка бар. 2+1 воскресенье-понедельник Jagermeister 18+ Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью», в сопровождении фотографии бутылки, на которую нанесено название ликера «Jagermeister».
При этом рекламный плакат направлен не во внутреннее помещение бара «Варка», а на потребителей, проходящих мимо данного помещения, что не позволяет квалифицировать данную информацию, как размещавшуюся в месте осуществления деятельности бара «Варка» (ООО «ГАСК КОМПАНИ»).
Таким образом, установлено, что место и способ распространения рассматриваемой рекламы является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по территории его распространения и кругу лиц-потребителей рекламы, не установлено.
Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация распространялась неопределенному кругу лиц, исходя из способа распространения и содержания, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (алкогольный напиток бренда «Jagermeister»), а также самому бару «Варка», а следовательно является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.
Согласно части 2.1 статьи 21 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 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.
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», под алкогольной

продукцией понимается 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.
Согласно Федеральному реестру алкогольной продукции, размещенному на сайте fsrar.ru - официальном сайте Федеральной службы по регулированию алкогольного рынка, наименование «Jagermeister» зарегистрировано под номером 01-00001792 для алкогольной продукции с содержанием этилового

спирта 35% объема готовой продукции.
Таким образом, при распространении указанной рекламы усматриваются признаки нарушения части 2.1 статьи 21 Закона о рекламе, выразившиеся в рекламе алкогольной продукции в октябре 2018 года в витрине бара «Варка», расположенного по адресу г. Москва, Цветной бул., д. 7, стр. 1.
В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, является ненадлежащей.
Согласно части 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных частью 3 статьи 21 Закона о рекламе, несет ответственность рекламораспространитель.
Согласно материалам дела каких-либо договоров ООО «ГАСК КОМПАНИ» на размещение указанной рекламы не заключалось. ООО «ГАСК КОМПАНИ» по собственной инициативе изготовлен макет рассматриваемого плаката и размещен в баре «Варка», что Обществом не оспаривается.
Таким образом, ответственность за вменяемое нарушение несет ООО «ГАСК КОМПАНИ».
Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее — Правила), при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
Согласно пункту 47 Правил при добровольном устранении лицом (лицами) совершенного нарушения антимонопольный орган вправе не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Согласно представленным ООО «ГАСК КОМПАНИ» в материалы дела документам, распространение рассматриваемой рекламы в настоящее время прекращено. Сведения о продолжении распространения рекламы у антимонопольного органа отсутствуют, а лицом, участвующим в деле, не представлены.
На основании изложенного Комиссия приходит к выводу о нецелесообразности выдачи предписаний лицу, в чьих действиях установлено нарушение положений Закона о рекламе. При этом, в случае выявления новых фактов распространения данной рекламы с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе заявитель не лишен возможности подать в антимонопольный орган новое заявление.
Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия
РЕШИЛА:
Признать ООО «ГАСК КОМПАНИ» нарушившим часть 2.1 статьи 21 Закона о рекламе при распространении в октябре 2018 года в витрине бара «Варка», расположенного по адресу г. Москва, Цветной бул., д. 7, стр. 1, рекламы алкогольной продукции бренда «Jagermeister».
Решение может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня его

принятия в Арбитражный суд г. Москвы в порядке, предусмотренном
статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.
Председатель Комиссии
<...>а
Члены Комиссии
<...>а
<...>
2020-46653(1)