

**ФЕДЕРАЛЬНАЯ
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА**

УПРАВЛЕНИЕ

**Федеральной антимонопольной
службы
по Псковской области**

ООО «Ресторанная компания»

Гоголя ул., д. 33, пом. 1004,
г. Псков, 180000

ул. Кузнецкая, 13, г. Псков, 180017

тел./факс (8112) 66-55-53

e-mail: to60@fas.gov.ru

_____ № _____

на № _____ от _____

РЕШЕНИЕ

ПО ДЕЛУ № 060/05/21-635/2021

Резолютивная часть решения оглашена "09" декабря 2021 г.

Решение изготовлено в полном объеме "17" декабря 2021 г.
Псков

г.

Комиссия Псковского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Заместитель председателя Комиссии:

<...>– заместитель руководителя - начальник отдела товарных рынков и естественных монополий Псковского УФАС России;

Члены Комиссии:

<...> – главный специалист-эксперт отдела товарных рынков и естественных монополий Псковского УФАС России;

<...>– ведущий специалист-эксперт отдела контроля закупок, антимонопольного контроля органов власти и рекламы Псковского УФАС России,

рассмотрев дело № 060/05/21-635/2021 в присутствии представителя ООО «Ресторанная компания» по доверенности от 19 ноября 2021 года, генерального директора ООО «Ресторанная компания» <...>

•

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Управлением Федеральной антимонопольной службы Псковской области установлен факт распространения рекламы алкогольной продукции с графическим изображением самих товаров и рекламными текстами на странице ресторана «Пивной дом» https://vk.com/pivnoidom_pskov в социальной сети Вконтакте. Акт осмотра составлен 23.09.2021.

Согласно **статье 3 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе)**) под рекламой понимается 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, размещенная в постах от 19 августа 2021 г., 20 августа 2021 г., 08 сентября 2021 г., 15 сентября 2021 г., 18 сентября 2021 г., распространенная в социальной сети Вконтакте ресторана «Пивной дом» https://vk.com/pivnoidom_pskov, отвечает всем признакам рекламы в соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе.

Комиссией проанализированы доводы ответчика относительно размещенной информации и сделаны выводы, что информация, размещенная в постах от 19 августа 2021 г., 20 августа 2021 г. является рекламой алкогольной продукции.

В посте от 08 сентября 2021 г., (аналогичный пост 18 сентября 2021 г.) размещена следующая информация:

1. Надпись: «Весело, шумно начинаем гудеть по поводу самого главного пивного фестиваля уже сегодня!
Окtoberfest во всей красе ждет вас в ресторане "Пивной Дом"!
Зал украсили, акции запустили, пиво наливаем! Что еще для счастья нужно?!
Ну, и как говорят немцы: Prost*!
*Prost! (Прост) — За здоровье! / это универсальный тост в Германии во время застолья.
Ресторан Пивной Дом - самый большой выбор крафтового пива в Пскове по нашему мнению»

На картинке «Советская набережная, 1/2, +78112627800, OKTOBER FEST, 18 сентября – 4 октября, все колбаски по 330 руб, фирменное пшеничное за бокал 160, праздничная лотерея, Пивной дом»

Доводы Ответчика о том, что данный пост является рекламой фестиваля OKTOBER FEST, а не алкогольной продукции Комиссия признала необоснованными.

По смыслу приведенных положений Закона о рекламе комплексный характер рекламы (наличие в ней нескольких объектов рекламирования) не исключает соблюдение нормативных требований в отношении каждого из таких объектов, не позволяет пренебречь теми или иными требованиями Закона о рекламе, отдавая предпочтение тому или иному объекту рекламирования.

В данном случае совокупность картинки и фраз, используемых в рекламе, однозначно призвана продвинуть на рынке фирменное пшеничное пиво, реализуемое рекламодателем в ресторане «Пивной дом», привлечь внимание потребителя к конкретному товару.

В посте от 15 сентября размещена следующая информация:

2. Надпись: «Что же у нас в холодильниках в эту среду?
Ресторан "Пивной Дом" слегка приоткроет завесу тайны - крафт, а точнее море крафта! Именно сегодня можно насладиться новыми и сочными вкусами по специальной цене - 190 рублей! А ещё, мы обязательно подскажем лучшее сочетание с едой, чтобы любой напиток раскрылся ярче!
Если среда, то только в ресторане "Пивной Дом"
Ресторан Пивной Дом - самый большой выбор крафтового пива в Пскове по нашему мнению.»

На картинке: изображение мужчины, держащего в руке бокал, наполненный жидкостью с пеной, похожей на пиво, надпись «Пивной дом, Советская набережная, 1/2, резерв +78112627800, крафт за 190, крафтовая среда, каждую среду приходи и попробуй новый крафт за 190 р.»

В данном случае совокупность картинки и фраз, используемых в рекламе, однозначно призвана продвинуть на рынке крафтовое пиво, реализуемое рекламодателем в ресторане «Пивной дом», привлечь внимание потребителя к нему. Причем у потенциального потребителя возникает ассоциация именно с алкогольным крафтовым пивом, ввиду отсутствия иной информации.

На совместном заседании Экспертного совета по применению законодательства о рекламе и Экспертного совета по недобросовестной конкуренции, состоявшемся 19.11.2015, представителями Союза российских пивоваров (некоммерческая организация, объединяющая производителей пивоваренной продукции Российской Федерации) был представлен знак безалкогольной продукции (пиктограмма), размещение которого в рекламе безалкогольного пива должно служить указанием на то, что рекламируемый напиток не содержит алкоголя, то есть не является алкогольной продукцией, а также способствовать формированию у потребителей ассоциации такой пиктограммы с безалкогольной продукцией.

Нормы Закона о рекламе не устанавливают специальных требований к рекламе безалкогольного пива, такая реклама должна соответствовать общим требованиям, предъявляемым к рекламе любых товаров (в частности, требованиям достоверности, корректности), при этом в силу особенностей, связанных с самим объектом рекламирования, такая реклама должна распространяться с учетом положений части 4 статьи 2 Закона о рекламе.

Использование в рекламе безалкогольного пива знака (пиктограммы) безалкогольного пива, может рассматриваться как один из элементов рекламного сообщения, свидетельствующих о природе объекта рекламирования в целях донесения до потребителей информации о рекламировании безалкогольного пива.

Статья 21 Закона о рекламе устанавливает требования к рекламе алкогольной продукции.

Согласно **пункту 8 части 2 статьи 21 Закона о рекламе** реклама алкогольной продукции не должна размещаться в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Реклама вышеуказанных алкогольных напитков распространяется в Интернете в социальной сети Вконтакте по ссылке: https://vk.com/pivnoidom_pskov.

Соответственно, указанная реклама размещена в нарушение п. 8 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе.

В силу **пункта 6 части 1 статьи 21 Закона о рекламе** реклама алкогольной продукции не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

Псковским УФАС России установлено, что на интернет-странице: https://vk.com/pivnoidom_pskov размещается рекламная информация об алкогольной продукции с использованием образа человека (пост от 15 сентября к акту от 23.09.2021), что является нарушением пункта 6 части 1 статьи 21 Закона о рекламе.

В соответствии с **пунктом 3 части 5 статьи 5 Закона о рекламе** в рекламе не допускается демонстрация процессов курения и потребления алкогольной продукции.

При этом, к элементам демонстрации процесса потребления алкогольной продукции, в первую очередь, относится показ в рекламе человека, употребляющего алкогольную продукцию, держащего в руках бокал, стакан, кружку и т.п. с алкогольной продукцией, открытую бутылку, бочку, пакет, банку для алкогольной продукции.

Псковским УФАС России установлено, что на интернет-странице: https://vk.com/pivnoidom_pskov размещается рекламная информация об алкогольной продукции с использованием образа человека (пост от 15 сентября к акту от 23.09.2021). В совокупности с сопутствующей информацией об алкогольной продукции на интернет-странице указывает на демонстрацию процесса потребления именно алкогольной продукции, что противоречит требованиям пункта 3 части 5 статьи 5, пункта 6 части 1 статьи 21 Закона о рекламе.

Учитывая изложенное, в рассматриваемой рекламе алкогольной продукции содержатся признаки нарушения п. 3 ч. 5 ст. 5, п. 6 ч. 1, п. 8 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе.

В силу статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных п. 3 ч. 5 ст. 5, п. 6 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе несет рекламодатель, ответственность за нарушение требований, установленных п. 8 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе, несет рекламораспространитель.

Интернет-страница https://vk.com/pivnoidom_pskov принадлежит ресторану «Пивной дом», расположенного по адресу: г. Псков, Советская набережная 1/2.

В соответствии с ответом Комитета по экономическому развитию и инвестиционной политике Псковской области, по данному адресу располагается ООО «Ресторанная компания» (ИНН 6027109550, ОГРН 1076027011510, г. Псков, юр. Адрес: г.Псков, ул. Гоголя, д. 33, пом. 1004).

В соответствии с пунктом 5 и 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем и рекламораспространителем вышеуказанной рекламы является ООО «Ресторанная компания» (ИНН 6027109550, ОГРН 1076027011510, г. Псков, юридический адрес: г.Псков, ул. Гоголя, д. 33, пом. 1004), как лицо,

определившее объект рекламирования и осуществляющее распространение рекламы посредством размещения в социальной сети Вконтакте на странице https://vk.com/pivnoidom_pskov рекламы алкогольной продукции — пива.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42 - 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам

нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу алкогольной продукции с графическим изображением самих товаров и рекламными текстами на странице ресторана «Пивной дом» https://vk.com/pivnoidom_pskov в социальной сети Вконтакте, поскольку в ней нарушены требования п. 3 ч. 5 ст. 5, п. 6 ч. 1, п. 8 ч. 2, ч. 3 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о ООО «Ресторанная компания» не выдавать, в связи с устранением нарушения.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Псковского 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.

Заместитель

председателя Комиссии

_____ <...>

Члены Комиссии:

<...>

<...>