

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ

### о возбуждении дела № 012/05/21-905/2021 по признакам нарушения законодательства о рекламе

«05» октября 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 магазина разливных напитков «Пивточка...», расположенной по адресу: Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, ул. Советская д. 165,

#### УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) в ходе мониторинга наружной рекламы установлены факты размещения рекламы «Пивточка...», расположенного по адресу: Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, ул. Советская д. 165, 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).

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, размещенная с помощью рекламной конструкции, является рекламой алкогольной продукции. Так, например, в рекламе использовано изображение пивной кружки, цвет напитка ассоциируемый с пивом. Изображение кружки ассоциируется у потребителей с определенным напитком - пивом, а не любым разливным напитком. Кроме того, название магазина «Пивточка», которое является производным от слова «пиво», также ассоциируется у потребителей с ассортиментом указанного магазина разливных напитков - пивом.

Таким образом, указанная реклама является рекламой, в том числе алкогольной продукции – пива.

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 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».

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.

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 в «Пивточке..» осуществляет Б.

Указанная рекламная конструкция располагается в месте осуществления деятельности Б..

Таким образом, вышеуказанная наружная реклама, расположенная по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Советская, д. 165, нарушает требования пункта 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 антимонопольными 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 № 012/05/21-905/2021 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Назначить дело № 012/05/21-905/2021 к рассмотрению на 27 октября 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: Б.

4. Б. в срок до 22.10.2021 представить в Марийское УФАС России следующие сведения и документы:

-копии заявок, договоров на изготовление/размещение рекламной информации магазина разливных напитков «Пивточка...»;

-копии документов, подтверждающих факт оказания услуг по размещению рекламы (подписанные обеими сторонами акты об оказанных услугах, платежные поручения и т.п.);

- сведения о поставщиках алкогольной продукции (наименование, ИНН, ОГРН,

адрес места нахождения, адрес электронной почты и т.п.);

- полный перечень наименований реализуемой Вами алкогольной продукции на дату получения настоящего запроса с указанием стоимости и объема реализации с момента размещения рекламы с приложением подтверждающих документов.

**Представить мотивированную правовую позицию со ссылками на нормы права по следующим вопросам:**

1) изложить позицию о том, кто является рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламораспространителем указанной выше рекламы (с учетом положений статьи 3 Федерального закона «О рекламе»);

2) каким образом и в какой форме были сделаны заявки на изготовление/размещение рекламной информации?

3) кем разрабатывались, утверждались и были изготовлены макеты вышеуказанной рекламы?

4) что является объектом рекламирования в вышеуказанной рекламе?

5) какова цель размещения рассматриваемой рекламы?

6) кто является потребителями рекламируемых услуг?

7) признаете ли Вы нарушение требований части 3 статьи 21 Закона о рекламе?

8) иные сведения и материалы, имеющие значение при рассмотрении данного дела.

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.

Дополнительно сообщаем, что пропуск в здание ограничен: при входе необходимо иметь при себе средства индивидуальной защиты (медицинская маска, одноразовые перчатки).

В связи с чем возможность участия в рассмотрении дела № 012/05/21-905/2021 будет организована посредством удаленного доступа через программу «TrueConf Server». Вход в конференцию по ссылке: <https://fas1.tconf.rt.ru/c/2032819832>.

Подключение к конференции возможно в том числе со смартфона или планшета под управлением операционной системы Android или iOS.

Инструкция для участников видеоконференцсвязи прилагается к настоящему уведомлению.

Информацию о невозможности участия посредством удаленного доступа необходимо сообщить до 26 октября 2021 года до 17:00.

Приложение: инструкция для участников видеоконференцсвязи – 9 л.,  
расписка о согласии.

Заместитель руководителя–

начальник           отдела

