

марта 2023 года

г. Пенза, ул. Урицкого, 127

Исключительная часть решения объявлена 14 марта 2023 года.

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

рассмотрев дело № 058/05/21-79/2023 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

в ходе осуществления государственного контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе специалистами Управления Федеральной антимонопольной службы по Пензенской области установлен факт распространения в марте 2023 года на лицевой стороне фасада жилого дома рекламы алкогольной продукции (пива) с признаками нарушения законодательства о рекламе.

Пензенским УФАС России определением от 21.02.2023 по факту распространения рекламы алкогольной продукции (пива), размещенной на первом этаже жилого дома, возбуждено дело № 058/05/21-79/2023 по признакам нарушения пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе». К участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечен индивидуальный предприниматель

при рассмотрении настоящего дела ИП не присутствовал. В адрес Пензенского УФАС России представил ходатайство о рассмотрении дела № 058/05/21-79/2023 без его участия.

После представления документов, Комиссия пришла к следующему выводу.

14 февраля 2023 года в рамках мониторинга объектов наружной рекламы, сотрудниками Пензенского УФАС России установлено, что в оконном проеме на лицевой стороне фасада здания, справа от входа в магазина «», расположенного на первом этаже жилого дома, размещается баннер с информацией следующего содержания:

«Натуральный продукт. Частная пивоварня Хмельбум» (с изображением банок с пивом и кружки «Жигулевское пиво» и кружек с пенным напитком).

Информация о безалкогольной продукции (пиктограммы) на указанном баннере отсутствует.

В соответствии со статьёй 3 ФЗ «О рекламе» рекламой является информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к

экту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны соотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой кругом лиц 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.

Рассматриваемая информация по своему содержанию и целевой направленности является рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования, формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

Согласно пункту 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе», объект рекламирования – товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное мероприятие, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Объектом рекламирования в рассматриваемом случае является производитель и продавец алкогольной продукции (пива), а также сама алкогольная продукция – «Улевское пиво».

Поскольку в рассматриваемой рекламе отсутствует пиктограмма, указывающая на то, что рекламируемый товар является безалкогольным, такая информация воспринимается, как реклама алкогольной продукции.

Согласно пункту 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 №171 «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 изготовлена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 0,5 процентов объема готовой продукции, за исключением этой продукции в соответствии с перечнем, установленным Правительством Российской Федерации. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как крепкие напитки (в том числе водка), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива.

Таким образом, к алкогольной продукции относится пиво с содержанием этилового спирта более 0,5 процентов объема готовой продукции.

Судом ВАС РФ в пункте 2 Постановления от 08.10.2012 г. № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указал, 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 данных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

В соответствии с пунктом 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного

иторического размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на цах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений вне их.

олько Федеральный закон «О рекламе» (в том числе статья 19) не содержит описывающего перечня видов рекламных конструкций, в связи с чем рекламной структурой является любое техническое средство стабильного размещения. В спорном ае рассматриваемая в рамках дела рекламная надпись (изображение) было эсено на лицевой стороне фасада здания в оконном проеме и, соответственно, было авлено на привлечение внимания неопределенного круга лиц – потребителей анной рекламы, что нарушает пункт 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

ответствии с частью 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции с эржанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции ешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется ичная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких овых объектов.

о под торговой маркой «Жигулевское» выпускается также с содержанием этилового та пять и более процентов. В соответствии с частью 4 статьи 2 ФЗ «О рекламе», циальные требования и ограничения, установленные Федеральным законом в шении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу дств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением ая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или авца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим эральным законом установлены специальные требования и ограничения.

ание частной пивоварни «Хмельбум» в совокупности с надписью «Жигулевское пиво» (с ражением банок, кружек с пенным напитком) позволяет индивидуализировать данный экт как производство пива и магазин, реализующий алкогольную продукцию, ветственно указанные в рекламе сведения воспринимаются как реклама зводителя и продавца алкогольной продукции.

рушение требований части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» рассматриваемая в рамках оящего дела реклама Жигулевского пива распространяется вне стационарного ового объекта.

тис: «Натуральный продукт Частная пивоварня Хмельбурм (с изображением банок с тисью «Жигулевское пиво», кружек с пенным напитком)», ассоциируется с алкогольной зукцией (пивом) и формирует у потребителей рекламы именно интерес к пиву, гольной продукции.

ле того, воспроизведенная в рассматриваемой рекламе информация, размещенная на вой стороне фасада здания в оконном проеме, т.е. представленная значительной и населения г. Пензы, очевидно ассоциируется у потребителя, в силу закона, сящегося к взрослой возрастной категории, с алкогольной продукцией, по своему эржанию привлекает интерес к пиву «Жигулевское». Данная информация направлена привлечение внимания и поддержание интереса к алкогольной продукции. довательно, такая информация является рекламой алкогольной продукции, а поэтому на соответствовать специальным требованиям и ограничениям, установленным ей 21 ФЗ «О рекламе».

им образом, учитывая вышеизложенные обстоятельства, реклама алкогольной зукции, распространяемая в оконном проеме на лицевой стороне фасада справа от

а в магазина «Хмельбум», расположенного на первом этаже жилого дома (г. Пенза), лшает требования пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

асно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям одательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

асно части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за шение требований, установленных частями 2-5 статьи 21 настоящего закона несет амораспространитель.

тельность по вышеуказанному адресу осуществляет индивидуальный предприниматель

им образом, рекламораспространителем вышеуказанной рекламы является ИП .

ывая вышеизложенное и основываясь на фактических обстоятельствах дела, Комиссия ла к выводу, что ИП нарушил требования пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О аме».

асно статье 1 Закона о рекламе, целями данного закона являются развитие рынков ров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, печение в Российской Федерации единства экономического пространства, визации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, упреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а е пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

тей 33 Закона о рекламе предусмотрены полномочия антимонопольного органа на дствление государственного надзора в сфере рекламы, в частности, выдавать амодателям, рекламораспространителям, рекламопроизводителям обязательные для лнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской эрации о рекламе.

и.2023 ИП представил в Пензенское УФАС России письменные пояснения и изательства, из которых следует, что реклама приведена в соответствие с ованиями законодательства о рекламе (на баннере наклеена пиктограмма алкольная продукция 0%алк.).

ззи с чем, Комиссия приходит к выводу предписание ИП не выдавать.

силу части 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламодателями, амопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской эрации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с одательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

водствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О аме» и в соответствии с пунктами 42-48 Правил рассмотрения антимонопольным ном дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской эрации о рекламе от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

РЕШИЛА:

изнать ненадлежащей рекламу алкольной продукции (пива) - «Натуральный продукт

ная пивоварня Хмельбум (с изображением банок с надписью «Жигулевское пиво», «ек с пенным напитком»), распространяемую в оконном проеме на лицевой стороне зда здания, справа от входа в магазина «», расположенного на первом этаже жилого д №, поскольку при ее распространении нарушены требования пункта 5 части 2, части татьи 21 Федерального закона «О рекламе».

связи с тем, что реклама снята с распространения, предписание о прекращении /шения законодательства о рекламе не выдавать.

ередать материалы дела уполномоченному должностному лицу Пензенского УФАС ии для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных зонарушениях.