

## РЕШЕНИЕ

г. Улан-Удэ

дело № 003/05/21-124/2021

10 марта 2021 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Бурятия (далее - Комиссия, Бурятское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

<...>,

рассмотрев 10.03.2021 дело № 003/05/21-124/2021, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя Ш. по признакам нарушения пункта 8 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

в присутствии от ответчика ИП Ш., представителя по доверенности от 01.01.2021 № 77,

в отсутствие заявителей <...>, извещены,

### УСТАНОВИЛА:

В адрес Бурятского УФАС России поступили обращения граждан <...> на предмет нарушения рекламного законодательства в части распространения в социальной сети Instagram в аккаунте absolut\_katalog рекламы алкогольной продукции.

Индивидуальный предприниматель Ш. пояснила, что данный аккаунт принадлежит ей как руководителю торговой сети «Абсолют CASH&CARRY», в которую входят хозяйствующие субъекты – индивидуальные предприниматели и общества с ограниченной ответственностью. Информация, размещенная на сайте производителя или продавца алкогольной продукции не может расцениваться как реклама, поскольку такая информация размещена на странице социальной сети торговой сети и предназначена для информирования посетителей такого ресурса о деятельности торговой сети, реализуемых ею товарах.

Бурятским УФАС России по результатам рассмотрения обращений 19.02.2021 вынесено определение о возбуждении в отношении индивидуального предпринимателя Ш. дела № 003/05/21-124/2021 по признакам нарушения пункта 8 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», дело назначено к рассмотрению на 10.03.2021.

На заседании Комиссии представитель ИП Ш. пояснил, что 01.12.2020 г. между ИП Ш. и партнерами было заключено соглашение об информационном сотрудничестве, согласно которому ИП Ш. ведет аккаунт в социальной сети и размещает сведения о товарах партнеров. Условия данного соглашения аналогичны условиям оферты о заключении соглашения об информационном сотрудничестве ООО «Яндекс» в сервисе «Едадил», на данном сайте «Едадил размещается информация в том числе и о ценах, акциях на алкогольную продукцию в разных магазинах страны. В аккаунте absolut\_katalog содержится исключительно каталог продукции, реализуемой в магазинах. Размещение информации происходит на однотонном фоне, в однообразном виде, без элементов, привлекающих дополнительное внимание к товару - без анимации, видео-сопровождения, всплывающих окон, призывов к покупке, информации о преимуществах товара, то есть данная информация носит справочно-информационный характер. Кроме того, ИП Ш. 05.03.2021 продала продавцам алкогольной продукции доли в праве собственности на аккаунт и передала данные для входа в учетную запись аккаунта «absolut\_catalog» в сети «Инстаграмм» для размещения информации алкогольной продукции самостоятельно.

Комиссия Бурятского УФАС России, рассмотрев обстоятельства и материалы дела, пришла к следующему выводу.

В социальной сети Instagram в аккаунте absolut\_katalog установлено распространение информации об алкогольной продукции: виски «Johnnie Waker Red Label», «Dewars», Maker's Mark», «Jim Beam», «Sir Edward's», «Jack Daniels», ром «Bacardi», водка «Морокша», вино «Джейран».

Данный аккаунт принадлежит индивидуальному предпринимателю Ш., которая является на территории Республики Бурятия и Иркутской области руководителем торговой сети «Абсолют CASH&CARRY», в указанную торговую сеть входят хозяйствующие субъекты – индивидуальные предприниматели и общества с ограниченной ответственностью.

Требования к распространению рекламы алкогольной продукции установлены статьей 21 Закона о рекламе.

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

Вместе с тем согласно пункту 3 части 2 статьи 2 Закона о рекламе, данный Федеральный закон не распространяется на справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой.

Согласно разъяснениям ФАС России от 20.07.2016 № АК/49414/16 Об информации на сайтах продавцов алкогольной продукции, не является рекламой информация о производимых или реализуемых товарах (оказываемых услугах), размещенная на официальном сайте, странице социальной сети производителя или продавца данных товаров (лица, оказывающего данные услуги), если указанные сведения предназначены для информирования посетителей сайта, страницы социальной сети об ассортименте товаров (услуг), правилах пользования, а также непосредственно о продавце, производителе товара или лице, оказывающему услуги и т.п., следовательно, на такую информацию положения Федерального закона "О рекламе" не распространяются.

В соответствии с частью 1 статьи 16 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, розничная продажа алкогольной продукции и розничная продажа алкогольной продукции при оказании услуг общественного питания (за исключением розничной продажи пива, пивных напитков, сидра, пуаре, медовухи, а также вина, игристого вина (шампанского), произведенных крестьянскими (фермерскими) хозяйствами без образования юридического лица, индивидуальными предпринимателями, признаваемыми сельскохозяйственными товаропроизводителями) осуществляются организациями.

Согласно пункта 7 статьи 2 Закона № 171-ФЗ, 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.

Таким образом, индивидуальный предприниматель в силу прямого указания Закона № 171-ФЗ не имеет права осуществлять торговлю алкогольной продукцией, следовательно, осуществлять распространение рекламы алкогольной продукции, поскольку не является продавцом.

В соответствии со статьей 3 Закона 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;

- объект рекламирования - 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.

Установлено, что в аккаунте absolut\_katalog представлен каталог продукции Абсолют со 153 публикациями, из них 70 процентов рекламной площади (пространства) отведено алкогольной продукции. Рассмотренная в настоящем деле информация об алкогольной продукции не может быть отнесена к справочно-информационному материалу, поскольку распространяется не на официальном сайте продавца, а в социальной сети.

Кроме того, данный каталог направлен не столько на информирование потребителя об ассортименте товаров или деятельности торговой сети «Абсолют CASH&CARRY», сколько на привлечение внимания к конкретным товарам (алкогольной продукции), поскольку выделен в отдельный аккаунт в виде каталога алкогольной продукции.

Таким образом, Комиссия пришла к выводу, что данная информация, распространенная в социальной сети Instagram в аккаунте absolut\_katalog, отвечает всем признакам рекламы в соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе и является рекламой алкогольной продукции.

Следовательно, на содержание данной рекламы распространяются требования пункта 8 части 2 статьи 21 Закона о рекламе, поскольку содержание рекламы формирует интерес к алкогольной продукции, являющейся объектом рекламирования.

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

Рассмотренная в настоящем деле информация является рекламой и на основании пункта 8 части 2 статьи 21 Закона о рекламе является ненадлежащей.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение пункта 8 части 2 статьи 21 Закона о рекламе возложена на рекламораспространителя.

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Таким образом, рекламораспространителем ненадлежащей рекламы является индивидуальный предприниматель Ш.

Комиссия Бурятского УФАС России критически оценивает представленные в материалы дела в качестве доказательств отсутствия нарушения пункта 8 части 2 статьи 21 Закона о рекламе соглашение об информационной сотрудничестве от 01.12.202 и соглашение о передаче доли в праве собственности на объект интеллектуальной собственности от 05.03.2021, поскольку в данном случае, размещенная информация в социальной сети Instagram в аккаунте absolut\_katalog направлена не столько на информирование потребителей о деятельности торговой сети «Абсолют» или о реализуемых указанной сетью товарах, сколько на привлечение внимания и выделение алкогольной продукции, что способствует формированию или поддержанию интереса к ней и ее продвижение на рынке. Вышеизложенное указывает, что распространенная информация является рекламой.

В соответствии с пунктом 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922 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.

Доказательств прекращения распространения рекламы алкогольной продукции индивидуальным предпринимателем Ш. в материалы дела не представлено, что является основанием для выдачи предписания.

На основании изложенного и, руководствуясь статьями 33 и 36 Закона о рекламе и Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать рекламу алкогольной продукции, размещенную в социальной сети «Инстаграм» в аккаунте absolut\_catalog, не соответствующей требованиям пункта 8 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать индивидуальному предпринимателю Ш. обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Бурятского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 24 марта 2021 года. Решение может быть обжаловано в Арбитражный суд Республики Бурятия в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

<...>