



**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ  
ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

**ОПРЕДЕЛЕНИЕ**  
о прекращении производства по делу № 17

16 августа 2016 г.

г. Екатеринбург

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел о нарушениях законодательства о рекламе в составе:

Председатель комиссии <...> – заместитель руководителя управления,

Члены комиссии: <...> – начальник отдела контроля за соблюдением законодательства о рекламе и недобросовестной конкуренцией,  
<...> – специалист-эксперт отдела контроля за соблюдением законодательства о рекламе и недобросовестной конкуренцией,

в отсутствие:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – <...>,

заявителя – Управление Роскомнадзора по Уральскому федеральному округу,  
рассмотрев дело № 17, возбужденное по признакам нарушения рекламного законодательства,

**УСТАНОВИЛА:**

Дело № 17 по признакам нарушения рекламного законодательства было возбуждено определением от 17.03.2016 в отношении <...> по заявлению Управления Роскомнадзора по Уральскому федеральному округу (вх. № 01-2306 от 18.02.2016) с жалобой на размещение в № 4 газеты «Абсолют инфо» от 21.12.2015 на странице 9 рекламы магазина разливного пива «Beer-logs», с признаками нарушения требований, предъявляемых к рекламе алкогольной продукции.

Рассмотрение дела было назначено на 21.04.2016. Определением от 21.04.2016 рассмотрение дела было отложено на 07.07.2016 в связи с необходимостью получения дополнительной информации от <...> Определением от 07.07.2016 рассмотрение дела отложено на 16.08.2016 в связи с отсутствием запрашиваемых документов и сведениями <...> и неявкой на рассмотрение дела.

Согласно ч. 1 ст. 7 ФЗ «О рекламе» не допускается реклама товаров, производство и (или) реализация которых запрещены законодательством Российской Федерации.

В соответствии с п. 5 Правил продажи дистанционным способом, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 27.09.2007 N 612 (ред. от 04.10.2012) не допускается продажа дистанционным способом алкогольной продукции, а также товаров, свободная реализация которых запрещена или ограничена законодательством Российской Федерации.

Согласно п. 2 ст. 497 ГК РФ, договор розничной купли-продажи может быть заключен на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара посредством каталогов, проспектов, буклетов, фотоснимков, средств связи (телевизионной,

почтовой, радиосвязи и других) или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора (дистанционный способ продажи товара).

Согласно ч. 4 ст. 2 ФЗ «О рекламе» специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

Ответственность за нарушение ч. 1 ст. 7 ФЗ «О рекламе» несет как рекламодатель, так и рекламораспространитель (ч. 6, 7 ст. 38 ФЗ «О рекламе»).

Рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем в данном случае является <...>.

<...> в назначенное время на рассмотрение дела не явилась в письменных пояснениях сообщила следующее:

В рекламе газеты «Абсолют-info» № 4 от 21.12.2015 г. рекламируется продавец (наименование организации, контактные данные), а также указан перечень, реализуемых им товаров, в том числе «...лимонад, рыба, кальмары, орехи...пиво».

Ни один из указанных товаров не индивидуализирован по внешним признакам (отсутствуют картинка, конкретная марка, сорт, конкретный производитель и т. д.).

Что касается пива, то этот продукт разрешен к производству и реализации на территории РФ. В размещенной рекламе соблюдены все требования и ограничения, предъявляемые к рекламе алкогольной продукции, установленные статьей 21 ФЗ «О рекламе».

Более того, по мнению <...>, поскольку в распространенной рекламе рекламировался не конкретный товар (пиво), а продавец, постольку требования ч. 1 ст. 7 ФЗ «О рекламе» не распространяются на подобную рекламу.

п. 5 Правил продажи дистанционным способом, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 27.09.2007 г. № 612, говорит о недопустимости продажи дистанционным способом алкогольной продукции, и не устанавливает запрета рекламы алкогольной продукции, реализуемой дистанционным способом.

К тому же, при анализе размещаемого объявления <...> не было выявлено попытки рекламодателя разместить рекламу дистанционного способа продажи пива.

В тексте рекламы указано следующее: «при заказе от 10 литров пива доставка по городу бесплатно». Таким образом, рекламодатель сообщает потенциальным потребителям о том, что сам заказ выполняется по месту нахождения продавца, то есть в торговой точке, при покупке 10 литров пива покупателю предоставляются услуги доставки – бесплатный провоз к месту нахождения покупателя. Иного не указано, отсутствует указание на возможность заказа по телефону, интернету, телеграфной и иной связью, отсутствуют изображения с представлением ассортимента предлагаемого пива, как то предусмотрено Правилами продажи дистанционным способом («...на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах либо представленным на фотоснимках или с использованием сетей почтовой связи, сетей электросвязи, в том числе информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», а также сетей связи для трансляции телеканалов и (или) радиоканалов, или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора»).

Таким образом, по мнению <...>, ею не было допущено каких-либо нарушений рекламного законодательства.

Вместе с тем, <...> не были представлены иные материалы и сведения, запрашиваемые управлением.

На основании представленных материалов заявителя и письменных пояснении <...> следует:

- в рекламе газеты № 4 «Абсолют инфо» от 21.12.2015 на странице 9 рекламы магазина разливного пива «Beer-loga» не рекламируются товары, производство и (или) реализация которых запрещены законодательством Российской Федерации (ч. 1. ст. 7 ФЗ «О рекламе»);
- по признакам рекламы разливного пива «Beer-loga» не выявлено размещение рекламы о продаже алкогольной продукции (пива) дистанционным образом;

Таким образом в ходе рассмотрения дела наличие факты нарушения законодательства о рекламе не подтвердились.

Согласно абзацу «а» п.36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, производство по делу может быть прекращено в случае неподтверждения в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь абзацем «а» п.36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия

#### ОПРЕДЕЛИЛА:

Производство по делу № 17 прекратить.

Председатель Комиссии

<...>

Члены комиссии

<...>

<...>