

## РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 131-2020

### Управления федеральной антимонопольной службы России по Республике Коми

Запрос рассмотрен 11 членами Комитета по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов, общественных организаций, служб мониторинга Саморегулируемой организации Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (далее - СРО).

Форма проведения: дистанционная (электронная переписка): 25.11.2020 — 04.12.2020.

#### **Описание рекламного продукта**

Размещение на стене многоквартирного дома, справа от входа в магазин «Бочка», расположенного по адресу: Республика Коми, г.Сыктывкар, ул.Морозова, д.104, баннера с рекламой следующего содержания: «Дарим пиво 1+1 \* каждый второй литр в подарок» и изображением пластиковой бутылки, без индивидуализации изготовителя товара, с текстом «Акция!».

#### **Суть запроса**

В адрес СРО поступил запрос из Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее - УФАС), где рассматривается обращение потребителя по вопросу распространения вышеуказанной рекламной информации.

УФАС рассматривает данную информацию на предмет возможного нарушения требований ч.3 ст.21 и п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»

#### **Отклик**

Позиция рекламодателя не запрашивалась.

#### **Оценка экспертов**

Для вынесения объективного решения по данному вопросу СРО по просьбе УФАС осуществило оценку соответствия данной рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, нормам, изложенным в в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП).

Изучив материалы из обращения УФАС, эксперты высказались следующим образом:

*Вопрос № 1. Содержится ли в данном материале реклама алкогольной продукции?*

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, 4 эксперта ответили ДА (36,4%).

*Вопрос № 2. Что является, по Вашему мнению, объектом рекламирования в данной рекламе?*

3 эксперта ответили пиво;

3 эксперта - оформление торговой точки;

5 экспертов - информация об акции в товарной категории.

*Вопрос № 3. Имеются ли в данной рекламе нарушения требований Российской Федерации о рекламе?*

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, 4 эксперта ответили ДА (36,4%).

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Это реклама специализированного стимулирующего мероприятия, проводимого в целях реализации алкогольной продукции, что разрешено п. 5 ч.2 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Поскольку это не реклама самой алкогольной продукции (пива), то на нее не распространяется требование, предусмотренное ч.3 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

### **Особое мнение**

От отдельных экспертов поступили особые мнения о том, что в п.13.1 ст.2 Федерального закона от 22.11.1995 N 171-ФЗ (ред. от 08.06.2020) "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции" дается следующее определение пива: «пиво - алкогольная продукция с содержанием этилового спирта, образовавшегося в процессе брожения пивного сусла, которая произведена из пивоваренного солода, хмеля и (или) полученных в результате переработки хмеля продуктов (хмелепродуктов), воды с использованием пивных дрожжей, без добавления этилового спирта, ароматических и вкусовых добавок».

В п. 5 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» говорится о запрете рекламы алкогольной продукции «с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их;».

Пункт 2.1 ст.5 устанавливает, что «Реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов».

Кроме того, «Бочка» является одним из известных торговых марок пива, поэтому привлечение внимания к пивному магазину «Бочка» может расцениваться и как реклама

одноименного бренда пива, т.е. вполне возможно нарушение ч.3 п. 2 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

Было высказано мнение о том, что на данном баннере нет предупреждающей надписи о вреде чрезмерного потребления алкоголя.

Один из экспертов выразился еще более категорично о том, что данные баннеры являются рекламой (см. позиции ФАС России в письмах от 24.01.2011 N АК/1829 и от 26.12.2013 N АК/53059/13). При этом под допустимые ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ места размещения рекламы алкогольной продукции такого рода вывески не попадают (более того, такой способ размещения рекламы прямо запрещен пп. 5 ч. 2 ст. 21 указанного закона).

### **Решение**

1. Нарушения положений Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» большинством экспертов не выявлены.

2. Рекомендовать УФАС направить рекламодателю экспертное решение, обратив внимание на особое мнение экспертов.

