РЕШЕНИЕ

ПО ДЕЛУ № 04-6/2-3-2019

Резолютивная часть решения объявлена 25 апреля 2019 года г. Тверь

Решение изготовлено в полном объеме 30 апреля 2019 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тверской области (далее – Комиссия) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: Посохова Л.В., заместитель руководителя управления,

члены Комиссии:

- Манюгина Е.И., начальник отдела контроля органов власти,

- Соловьев В.Д., специалист-эксперт отдела контроля органов власти,

рассмотрев дело № 04-6/2-3-2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы алкогольной продукции на внешней стене магазина, принадлежащего ООО «Гермес К»,

в отсутствие заявителя ***, а также представителей ООО «Гермес К», надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

Настоящее дело № 04-6/2-3-2019 возбуждено по заявлению *** (далее – заявитель) в отношении ООО «Гермес К» по признакам нарушения частей 2.1 и 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе) в связи с распространением рекламы алкогольной продукции (водки «Русский Стандарт», коньяков «Menuet Cognac» и «Hennessy») на внешней стене магазина, расположенного по адресу: Тверская область, г. Конаково, ул. Гагарина, д. 25.В магазине, как следует из вывески, осуществляет деятельность ООО «Гермес К» (171253, Тверская область, г. Конаково, ул. Гагарина, д. 24, офис 7, ОГРН – 1176952017285, ИНН - 6949110142). Факт распространения вышеназванной рекламы подтверждается приложенными к заявлению фотографиями.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе ***реклама*** это 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, средство его индивидуализации, 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.

Основная цель рекламы – привлечение внимания потребителей к алкогольной продукции (водки «Русский Стандарт», коньяков «Menuet Cognac» и «Hennessy»), реализуемой в магазине, принадлежащим ООО «Гермес К».

Указанная информация по своему содержанию привлекает внимание неопределенного круга лиц к конкретному товару – алкогольной продукции, формирует и поддерживает интерес к этому товару, тем самым способствует его продвижению на рынке, что по всем признакам соответствует понятию рекламы.

Согласно части 7 статьи 2 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» (далее – Закон № 171-ФЗ) алкогольной является 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 статье 2 Закона № 171-ФЗ предусмотрены понятия алкогольной продукции: «водка - спиртной напиток, который произведен на основе этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и воды, с содержанием этилового спирта от 38 до 56 процентов объема готовой продукции (часть 10), вино - алкогольная продукция с содержанием этилового спирта от 8,5 (за исключением вина с защищенным географическим указанием или с защищенным наименованием места происхождения) до 16,5 (за исключением столового вина) процента объема готовой продукции, произведенная в результате полного или неполного брожения ягод свежего винограда, виноградного сусла без добавления этилового спирта, а также без добавления (за исключением столового вина) концентрированного виноградного сусла и (или) ректификованного концентрированного виноградного сусла. Вино с защищенным географическим указанием или с защищенным наименованием места происхождения может иметь содержание этилового спирта не менее 4,5 процента объема готовой продукции. Содержание этилового спирта в столовом вине не должно превышать 15 процентов объема готовой продукции. При производстве столового вина допускается добавление концентрированного виноградного сусла и (или) ректификованного концентрированного виноградного сусла для увеличения содержания этилового спирта (обогащение) или подслащивания. При обогащении или подслащивании добавление концентрированного виноградного сусла и (или) ректификованного концентрированного виноградного сусла осуществляется в количестве, которое может увеличить содержание этилового спирта в объеме готовой продукции не более чем на 4 процента. При производстве столового вина обогащение осуществляется путем добавления концентрированного виноградного сусла и (или) ректификованного концентрированного виноградного сусла в виноградное сусло, подвергшееся неполному брожению, или в вино, в котором процесс брожения не окончен, а подслащивание - на любой стадии технологического процесса до момента розлива (часть 11), коньяк - спиртной напиток с

содержанием этилового спирта не менее 40 процентов объема готовой продукции (за исключением коньяка с защищенным географическим указанием, коньяка с защищенным наименованием места происхождения, коллекционного коньяка), который произведен из коньячных дистиллятов, полученных фракционной дистилляцией (перегонкой) виноматериалов, произведенных из винограда, и выдержан в дубовых бочках или дубовых бутах либо в контакте с древесиной дуба не менее трех лет. Коньяк с защищенным географическим указанием, коньяк с защищенным наименованием места происхождения, коллекционный коньяк должны иметь содержание этилового спирта не менее 37,5 процента объема готовой продукции. Коньячный дистиллят, выдержка которого составляет более пяти лет, выдерживается в дубовых бочках или дубовых бутах. Коньяк, выдержка которого составляет более пяти лет, производится из коньячных дистиллятов, прошедших полный цикл производства дистиллятов (часть 10.1)».

В соответствии с частью 2.1 статьи 21 Закона о рекламе 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.

Из данной нормы следует, что реклама алкоголя с объемной долей этилового спирта более 5 % должна быть размещена таким образом, чтобы быть направленной непосредственно на потребителей, находящихся внутри отделов продаж данной продукции.

В спорном случае размещение рекламы крепких спиртных напитков на внешней стене здания (магазина) по вышеуказанному адресу дает возможность для восприятия ее потребителями, находящимися вне отдела продажи алкоголя.

Данная реклама формирует интерес к алкогольным напиткам с объемной долей этилового спирта более 5 % (водка, вино, коньяк) лиц, не имеющих намерение при посещении вышеуказанного магазина приобрести спиртную продукцию.

Соответственно, такая реклама нарушает положения названной части 2.1 статьи 21 Закона о рекламе.

Согласно части 3 статьи 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Указанная реклама не содержит предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции, что свидетельствует нарушении части 3 статьи 21 Закона о рекламе, согласно которой реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде чрезмерного потребления (размер предупреждения не менее 10% от объема рекламы).

Согласно частям 6 и 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных частями 2.1 и 3 статьи 21 Закона о рекламе, несут как рекламодатель, так и рекламораспространитель.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе рекламодатель - изготовитель или

продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В данном случае ООО «Гермес К» является рекламодателем.

Таким образом, ООО «Гермес К» при размещении в период с 20.12.2018 по 01.03.2019 рекламы алкогольной продукции, которая содержит объем этилового спирта более 5% и не сопровождается предупреждением о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции, совершило нарушение частей 2.1 и 3 статьи 21 Закона о рекламе.

ООО «Гермес К», будучи надлежащим образом уведомленным о дате, времени и месте рассмотрения дела, затребованные документы и сведения не представило, позицию по факту размещения рекламы не выразило.

Заявителем 01.03.2019 представлены фотографии, из которых следует, что реклама алкогольной продукции на внешней стене магазина, расположенного по адресу: Тверская область, г. Конаково, ул. Гагарина, д. 25, не размещается, что свидетельствует об устранении ООО «Гермес К» совершенного нарушения.

Руководствуясь частями 2.1 и 3 статьи 21, пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37, 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу алкогольной продукции (водки «Русский Стандарт», коньяков «Menuet Cognac» и «Hennessy»), размещенную в период с 20.12.2018 по 01.03.2019 на внешней стене магазина, расположенного по адресу: Тверская область, г. Конаково, ул. Гагарина, д. 25, ненадлежащей; признать действия ООО «Гермес К» (171253, Тверская область, г. Конаково, ул. Гагарина, д. 24, офис 7, ОГРН – 1176952017285, ИНН - 6949110142), разместившего рекламу алкогольной продукции (водки «Русский Стандарт», коньяков «Menuet Cognac» и «Hennessy») на внешней стене магазина, расположенного по адресу: Тверская область, г. Конаково, ул. Гагарина, д. 25, нарушающими части 2.1 и 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 - ФЗ «О рекламе

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе ООО «Гермес К» не выдавать в связи с добровольным устранением совершенного нарушения до принятия решения по настоящему делу.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тверского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об

административных правонарушениях в отношении рекламодателя и рекламораспространителя вышеуказанной рекламы – ООО «Гермес К».

Решение может быть обжаловано в арбитражном суде в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии: Л.В. Посохова

Члены Комиссии: Е.И. Манюгина, В.Д.Соловьев