

Исх. №АР-08/13609 от 10.09.2019 года

Комиссия Татарстанского УФАС России по рассмотрению дела о нарушении Законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: <...> – (должностное лицо)
Члены Комиссии: <...> – (должностное лицо)
<...> – (должностное лицо)

рассмотрев дело №016/05/21-880/2019 в отношении ООО «24 Градуса Челны» (423800, Республика Татарстан, г. Набережные Челны, бульвар им. Хусаина Ямашева, дом 29А, пом. 1, ИНН 1650359871; ОГРН 1181690009368) по факту распространения рекламных буклетов, содержащих информацию о продаже любых напитков в ночное время без сопровождения предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкоголя, что имеет признаки нарушения части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" (далее – Закон «О рекламе»),

в отсутствии:

- представителя ООО «24 Градуса Челны» - извещен,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) поступило обращение от Администрации Автозаводского района Исполнительного Комитета Муниципального образования города Набережные Челны Республики Татарстан (вх. №9263 от 11.06.2019 г.) по факту распространения рекламных буклетов, содержащих информацию о продаже любых напитков в ночное время без сопровождения предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкоголя, что имеет признаки нарушения части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе".

К обращению была приложена фотографии листовки с текстом: «У нас можно купить ЛЮБЫЕ НАПИТКИ в ночное время после 22:00. 24 градуса, г. Набережные Челны, пр. Автозаводский, д. 38/106 (49/01)».

Информация, представленная в указанной рекламной листовке, направлена на привлечение внимания потребителей именно к продаже алкоголя после 22:00, так как на продажу безалкогольных напитков не предусмотрены ограничения времени, условий и мест розничной продажи.

В части 9 статьи 16 Федерального закона от 22.11.1995 N 171-ФЗ "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции" указано, что не допускается розничная продажа алкогольной продукции с 23 часов до 8 часов по местному времени, за исключением розничной продажи алкогольной продукции, осуществляемой организациями, крестьянскими (фермерскими) хозяйствами, индивидуальными предпринимателями, признаваемыми сельскохозяйственными товаропроизводителями, розничной продажи пива, пивных напитков, сидра, пуаре, медовухи, осуществляемой индивидуальными предпринимателями, при оказании такими организациями, крестьянскими (фермерскими) хозяйствами и индивидуальными предпринимателями услуг общественного питания, розничной продажи алкогольной продукции в случае, если указанная продукция размещена на бортах водных и воздушных судов в качестве

припасов в соответствии с правом ЕАЭС и законодательством Российской Федерации о таможенном деле, и розничной продажи алкогольной продукции, осуществляемой в магазинах беспошлинной торговли.

Органы государственной власти субъектов Российской Федерации вправе устанавливать дополнительные ограничения времени, условий и мест розничной продажи алкогольной продукции, за исключением розничной продажи алкогольной продукции при оказании услуг общественного питания, в том числе полный запрет на розничную продажу алкогольной продукции, за исключением розничной продажи алкогольной продукции при оказании услуг общественного питания.

На территории Республики Татарстан установлены ограничения, согласно которым не допускается розничная продажа алкогольной продукции с 22 часов до 10 часов по местному времени.

Рекламодатель в указанной листовке распространяет информацию о том, что в магазине «24 градуса» находящегося по адресу: Республика Татарстан, г. Набережные Челны, пр. Автозаводский, д. 36/106 (49/01), можно купить любые напитки, в том числе и алкогольные.

Согласно Письму ФАС России от 24.09.2018 N АК/76734/18 "О применении статьи 21 Федерального закона "О рекламе" пункт 3 статьи 2 Федерального закона "О рекламе" содержит определение товара, согласно которому товар - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В соответствии с частью 1 статьи 455 Гражданского кодекса Российской Федерации товаром по договору купли-продажи могут быть любые вещи, не изъятые из оборота.

Вместе с тем, согласно части 3 данной статьи условие договора купли-продажи о товаре считается согласованным, если договор позволяет определить наименование и количество товара.

Кроме того, частью 1 статьи 467 Гражданского кодекса Российской Федерации установлено, что, если по договору купли-продажи передаче подлежат товары в определенном соотношении по видам, моделям, размерам, цветам или иным признакам (ассортимент), продавец обязан передать покупателю товары в ассортименте, согласованном сторонами.

Таким образом, системный анализ гражданского законодательства Российской Федерации свидетельствует о том, что объектом рекламирования может быть тот товар, предназначенный для продажи или иного введения в гражданский оборот, который можно индивидуализировать, выделить среди однородной группы товаров. Соответственно, реклама товара всегда представляет собой информацию о конкретном товаре, который можно индивидуализировать внутри группы однородных товаров.

Следовательно, в рекламе, содержащей сведения, формирующие интерес к пиву, как напитку, без указания на индивидуализирующие признаки товара, в частности, без конкретных наименований пива, объектом рекламирования алкогольная продукция не выступает.

Однако указание сведений, формирующих интерес к пиву, как напитку, в рекламе, объектом рекламирования которой выступает продавец товаров, позволяет сделать однозначный вывод о том, что объектом рекламирования выступает деятельность

такого лица по продаже алкогольной продукции, представляющей собой пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива.

Требования к рекламе алкогольной продукции, в том числе пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, установлены статьей 21 Федерального закона "О рекламе".

При этом в соответствии с частью 4 статьи 2 Федерального закона "О рекламе" специальные требования и ограничения, установленные данным 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 данным Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

Учитывая изложенное, если распространяется реклама продавца (производителя) алкогольной продукции, в которой отсутствует указание на средства индивидуализации продукции (товарные знаки), используемые для обозначения алкогольной продукции, однако указывается на сведения, формирующие интерес к алкогольной продукции, как напитку, то такая реклама должна соответствовать требованиям статьи 21 Федерального 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). На данных листовках предупреждение о вреде чрезмерного употребления алкогольной продукции отсутствует.

Таким образом, информация, распространяемая в выше указанной листовке, нарушает требования части 3 статьи 21 Закона «О рекламе».

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе определено, что 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.

Вышеуказанная рекламная информация содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к товарам, реализуемым соответствующими рекламодателями.

Согласно части 6 и 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение части 3 статьи 21 Закона о рекламе несет как рекламодатель, так и рекламораспространитель. Рекламодателем в данном случае является – ООО «24 Градуса Челны» (423800, Республика Татарстан, г. Набережные Челны, бульвар им. Хусаина Ямашева, дом 29А, пом. 1, ИНН 1650359871; ОГРН 1181690009368).

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

Признать рекламу ООО «24 Градуса Челны» (423800, Республика Татарстан, г. Набережные Челны, бульвар им. Хусайна Ямашева, дом 29А, пом. 1, ИНН 1650359871; ОГРН 1181690009368), содержащую информацию о продаже любых напитков в ночное время без сопровождения предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкоголя не соответствующей части 3 статьи 21 Федерального Закона «О рекламе».

Выдать ООО «24 Градуса Челны» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе в связи с тем, что не были представлены доказательства о прекращении совершения нарушения.

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Татарстанского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении.

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

Председатель Комиссии:

<...> – (должностное лицо)

Члены Комиссии:

<...> – (должностное лицо)

<...> – (должностное лицо)