

Исх.№ ВЧ-08/15956 от 30.12.2022

Комиссия Татарстанского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

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

рассмотрев дело № 016/05/21-1772/2022 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту размещения плаката на территории стадиона в с. Пестрецы в Республике Татарстан, что имеет признаки нарушения пункта 5 части 1 статьи 21, пункт 7 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»),

в присутствии:

- представителя АО «Татспиртпром» по доверенности <...>,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан поступило обращение <...> (вх. №12269 от 27.09.2022 г.), направленное ФАС России, о размещении плаката на территории стадиона в с. Пестрецы в Республике Татарстан что имеет признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»).

Фотоизображения приведены ниже:

<...>

<...>

<...>

<...>

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе рекламой является информация, распространяемая 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.

Из пункта 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» следует, что объектом рекламирования является 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.

Поскольку рассматриваемая рекламная информация содержит указания на конкретную марку алкогольной продукции (пиво), то в данном случае имеет место реклама алкогольной продукции Белый Кремль, PARA DIGMA, ROYAL RAVES, TUNDRA, MARON.

Так, алкогольной продукцией 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.

Реклама доводится до сведения потребителя в течение длительного времени в расчете на побуждение совершить определенные действия и подразумевает воздействие на его мотивацию при выборе товара или услуги. Одновременно со сведениями о товаре в рекламе может содержаться и иная информация, назначение которой особым образом привлечь внимание потребителей к рекламируемому товару.

Рассматриваемая реклама направлена на неограниченный круг лиц, в том числе и тех, кто не является потребителями такой продукции (например, несовершеннолетние), поскольку размещение рекламы алкогольной продукции, посредством исторического баннера, обеспечивает ее свободное восприятие для всех.

Согласно статье 21 Федерального закона от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ «О рекламе», реклама алкогольной продукции не должна:

1) содержать утверждение о том, что употребление алкогольной продукции имеет важное значение для достижения общественного признания, профессионального, спортивного или личного успеха либо способствует улучшению физического или эмоционального состояния;

2) осуждать воздержание от употребления алкогольной продукции;

3) содержать утверждение о том, что алкогольная продукция безвредна или полезна для здоровья человека, в том числе информацию о наличии в алкогольной продукции биологически активных добавок, витаминов;

4) содержать упоминание о том, что употребление алкогольной продукции является одним из способов утоления жажды;

5) обращаться к несовершеннолетним;

6) использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

Вместе с тем, согласно пункту 5 части 1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна обращаться к несовершеннолетним.

По общему правилу совершеннолетие обусловлено достижением физическим лицом восемнадцатилетнего возраста, однако в качестве проступка квалифицируется появление в состоянии опьянения несовершеннолетних в возрасте до 16 лет. К несовершеннолетним относятся также и малолетние, не достигшие 14 лет.

Кроме того, за вовлечение несовершеннолетнего в систематическое употребление (распитие) алкогольной и спиртосодержащей продукции, одурманивающих веществ, виновное лицо подлежит уголовной ответственности по статье 151 УК РФ в виде лишения свободы до шести лет.

В соответствии с частью 1 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» данный Федеральный закон применяется к отношениям в сфере рекламы независимо от места ее производства, если распространение рекламы осуществляется на территории

Российской Федерации.

Согласно пункту 7 части 2 статьи 21 федерального закона о рекламе запрещено размещение рекламы в физкультурно-оздоровительных, спортивных сооружениях и на расстоянии ближе чем сто метров от таких сооружений.

Кроме того, размещение вышеуказанного плаката нарушает Федеральный закон от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

В соответствии с подпунктом 2 пункта 2 статьи 5 Федерального закона № 436-ФЗ, к информации, запрещенной для распространения среди детей, относится информация, способная вызвать у детей желание употреблять алкогольную и спиртосодержащую продукцию.

В соответствии с частью 10 статьи 2 федерального закона № 436-ФЗ, места, доступные для детей – это общественные места, доступ ребенка в которые и (или) нахождение ребенка в которых не запрещены.

Исходя из письменных и устных пояснений АО «Татспиртпром» следует, что 30 июля 2022 года на территории Соснового бора в с. Пестрецы была проведена спартакиада для сотрудников АО «Татспиртпром», приуроченная к 25-летию компании.

На время проведения спартакиады вблизи стадиона был установлен баннер с информацией об истории создания АО «Татспиртпром», в том числе его филиалов.

На баннере размещены фотографии производственных площадей, зданий филиалов, а также фотографии сотрудников в процессе производственной деятельности. Информация состоит из тематических рубрик о том, как начиналась история АО «Татспиртпром», в том числе его филиалов, о первой продукции и современном ассортименте.

Целью установки данного баннера было повышение вовлеченности и лояльности сотрудников к деятельности компании, а также информирование об исторических фактах компании за 25 лет работы.

Информация на баннере не адресована неопределенному кругу лиц и не направлена на привлечение внимания и поддержание интереса к алкогольной продукции.

Доводы, указанные в обращении о том, что «на стенде размещена информация, пропагандирующая алкогольную продукцию», не соответствуют действительности, сообщает Общество.

Между тем баннеры провисели около стадиона почти два месяца после проведения мероприятия.

Кроме того, стенды размещены в общественном месте, доступны детям, и на них размещена информация, пропагандирующая алкогольную продукцию, что вызывает интерес у детей и формирует у них желание употреблять её, что прямо запрещено законом.

Рассматриваемая реклама направлена на неограниченный круг лиц, в том числе и тех, кто не является потребителями такой продукции (например, несовершеннолетние), поскольку размещение рекламы алкогольной продукции, посредством исторического баннера, обеспечивает ее свободное восприятие для всех.

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» рекламодатель несёт ответственность за нарушение требования, установленного частью 1 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Согласно части 7 статьи 38 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» рекламораспространитель несёт ответственность за нарушение требования, установленного частью 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

АО «Татспиртпром» является рекламодателем и рекламораспространителем, как лицо, непосредственно осуществившее распространение рекламы алкогольной продукции с помощью плаката.

Также на заседании Экспертного совета по применению законодательства о рекламе и антимонопольного законодательства при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан от 29.11.2022 было установлено, что размещение баннера на территории стадиона в с. Пестрецы в Республике Татарстан, нарушает пункт 5 части 1 статьи 21, пункт 7 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

На момент рассмотрения дела №016/05/21-1772/2022 в материалах дела имеются подтверждения прекращения распространения ненадлежащей рекламы в связи с чем Комиссией принято решение не выдавать обязательное для исполнения предписание.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42 - 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

Признать ненадлежащей рекламу АО «Татспиртпром», распространенную на территории стадиона в с. Пестрецы в Республике Татарстан, путём размещения баннера, поскольку в ней нарушен пункт 5 части 1 статьи 21, пункт 7 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»).

Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе АО «Татспиртпром» не выдавать.

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для рассмотрения вопроса о привлечение лица к административной ответственности.

Решение изготовлено в полном объеме 29 декабря 2022 г. 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)