

ОПРЕДЕЛЕНИЕ о возбуждении дела № 016/05/21-1036/2023 и назначении дела к рассмотрению

Исх. №ВЧ-08/7715 от 26.07.2023

Заместитель Председателя Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе <...> – (должностное лицо), рассмотрев материалы в отношении ООО «Традиции Виноделия» (ИНН: 9703044713) по факту распространения рекламы с текстом «Винная среда. Розыгрыш дополнительных скидок от 5% до 50%» «До 20% выгода на вино недели. Счастливая скидка на вина «Золотой балки» и Loco Cimbali Wineri», содержащая признаки нарушения пункта 5 части 2, части 2.1, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе»,

УСТАНОВИЛ:

Сотрудниками Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан Управлением установлен факт размещения рекламы с текстом «Винная среда. Розыгрыш дополнительных скидок от 5% до 50%» «До 20% выгода на вино недели. Счастливая скидка на вина «Золотой балки» и Loco Cimbali Wineri» на фасаде магазина «Золотая Балка», размещенного по адресу: г. Казань, ул. Петербургская, д. 9, 1 этаж.

Согласно части 1 статьи 3 Закона «О рекламе», под рекламой понимается 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. Тем самым признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, формировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

Информация со сведениями: «Винная среда. Розыгрыш дополнительных скидок от 5% до 50%» «До 20% выгода на вино недели. Счастливая скидка на вина «Золотой балки» и Loco Cimbali Winery» в силу статьи 3 Закона «О рекламе» является рекламой, поскольку направлена на привлечение внимания и формирование интереса со стороны потребителей к винному бутику «Золотая балка».

Фотографии с рекламным материалом представлена ниже:

<...>

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона «О рекламе» 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.

Объектом рекламирования является предложение по приобретению алкогольных, в том числе винных напитков, представленных в ООО «Традиции Виноделия».

Согласно информации, представленной в Едином государственном реестре юридических лиц, основным видом деятельности ООО «Традиции Виноделия» является розничная торговля напитками. Общество также обладает лицензией на продажу алкогольной и спиртосодержащей продукции и позиционирует себя как сеть винных бутиков «Золотая балка».

Содержание, стиль оформления и подачи рассматриваемой информации свидетельствует о направленности на привлечение внимания неопределенного круга лиц к представляемой алкогольной продукции.

Размещаемые на фасаде здания (в том числе на окне) рекламы алкогольной продукции направлены на привлечение внимания идущих по улице граждан, а не на покупателей в месте продажи алкоголя, поскольку любой прохожий, как совершеннолетний, так и нет, может увидеть данную рекламу.

Кроме того, следует отметить тот факт, что Петербургская улица (на которой находится рассматриваемая реклама) - это пешеходная улица в историческом центре Казани, одна из комплексных достопримечательностей города, которую каждый день посещает большое количество туристов и жителей города.

В связи с чем, усматривается, что подобный способ размещения информации об алкогольной продукции подпадает под признаки рекламы.

В соответствии с Федеральным Законом от 22.11.1995 г. № 171-ФЗ «Об обороте алкогольной продукции», алкогольная продукция – это 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.

Согласно пункту 5 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе», реклама алкогольной продукции не должна размещаться 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.

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. Реклама вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда разрешается на выставках пищевой продукции (за исключением продуктов детского питания) и выставках организаций общественного питания.

В рассматриваемом случае в рекламе указывается на вина. Градус естественной крепости вин, согласно информации из общедоступной сети Интернет, составляет:

от 7,5 до 22%. Таким образом, рассматриваемая рекламная информация является нарушением вышеуказанной нормы 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, причём такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

В данной рекламе также отсутствует предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкоголя.

Таким образом, рассматриваемая реклама содержит признаки нарушения пункта 5 части 2, части 2.1, части 3 статьи 21 Закона «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований, установленных частью 2, 2.1 и 3 статьи 21 Закона «О рекламе» несет ответственность рекламодатель.

Статьей 3 Закона «О рекламе» установлено, что рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодателем является ООО «Традиции Виноделия» (ИНН: 9703044713).

Ввиду изложенного и на основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона о рекламе, а также в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу № 016/05/21-1036/2023 по признакам нарушения пункта 5 части 2, части 2.1, части 3 статьи 21 Закона «О рекламе».
2. Признать лицом, участвующим в деле:

- лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, ООО «Традиции Виноделия» (ИНН: 9703044713).

3 . Назначить дело № 016/05/21-1036/2023 к рассмотрению на 23 августа 2023 года в 11 часов 00 минут по адресу: г. Казань, ул. Московская, д. 55, 2-й этаж, зал заседаний.

4 . ООО «Традиции Виноделия» в течение пяти дней со дня получения настоящего запроса необходимо представить в Управление (на электронный почтовый адрес: to16@fas.gov.ru, с дублированием на to16-<...>@fas.gov.ru) надлежащим образом следующие заверенные копии документов и сведений:

- договоры на изготовление и размещение рекламных макетов с текстом: «Винная среда. Розыгрыш дополнительных скидок от 5% до 50%» «До 20% выгода на вино недели. Счастливая скидка на вина «Золотой балки» и Loco Cimbali Wineri»;
- информация об изготовителе вышеуказанного рекламного макета;

- письменные пояснения относительно содержания рекламы с указанием рекламируемого объекта;
- иные документы и сведения, имеющие значение для дела, при наличии возражений - нормативное и документальное их обоснование.

В случае, если какие-либо пункты не реализованы (отсутствуют), указать мотивированную причину отсутствия данных документов или сведений.

При подготовке ответа на данный запрос, просим формировать ответ по пунктно, согласно списку запрашиваемой информации, а также в сопроводительном письме необходимо указать ссылку на исходящий номер, указанный в левом верхнем углу первой страницы запроса.

Непредставление в установленный срок сведений по требованию антимонопольного органа, либо представление заведомо недостоверных сведений (информации) влечёт наложение административного штрафа, предусмотренную частью 5 статьи 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, на граждан в размере от одной тысячи пятисот до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц – от десяти тысяч до пятнадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от пятидесяти тысяч до пятисот тысяч рублей.

Явка лица, в чьих действиях содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, обязательна.

<...>