

РЕШЕНИЕ

по делу № 043/05/21-114/2021

г. Киров

Резолютивная часть решения оглашена 20 апреля 2021 года.

В полном объеме решение изготовлено 21 апреля 2021 года.

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

Председателя Комиссии: <...>;

Членов Комиссии: <...>,

рассмотрев материалы дела № 043/05/21-114/2021, возбужденного по признакам нарушения ООО «АМФОРА-ЮГ» ч. 3 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе») по факту распространения листовки магазина винзавода «Мильстрим» («Millstream») с рекламой алкогольной продукции,

в отсутствие:

представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, – ООО «АМФОРА-ЮГ» (далее – Общество),

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области поступило обращение физического лица от 29.12.2020 (вх. № 9150 от 29.12.2020) по вопросу распространения с 1 по 6 декабря 2020 года в почтовых ящиках подъезда 3 многоквартирного дома, расположенного по адресу: <...>, листовки магазина винзавода «Мильстрим» с рекламой алкогольной продукции в нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе.

По факту распространения указанного рекламного материала определением от 18.02.2021 г. было возбуждено дело № 043/05/21-114/2021 в отношении ООО «АМФОРА-ЮГ» (ИНН: <...>, ОГРН: <...>; юридический адрес: <...>) по признакам нарушения ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе». Рассмотрение дела назначено на 17.03.2021 г.

Определением от 17.03.2021 г. срок рассмотрения дела продлен до 18.05.2021 г. и рассмотрение дела № 043/05/21-114/2021 было отложено на 20.04.2021 г. в связи с необходимостью получения у Ответчика запрошенных ранее документов и сведений для объективного рассмотрения дела.

На заседание комиссии, состоявшееся 20.04.2021, ответчик – ООО «АМФОРА-ЮГ», надлежащим образом извещенный о дате, времени и месте рассмотрения дела, письмом от 14.04.2021 исх. № 25 заявил ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие представителя Общества, письмом от 14.04.2021 исх. № 24 (вх. № 2307 от 15.04.2021) представил запрашиваемые документы и письменные пояснения по делу.

Согласно представленным пояснениям ООО «АМФОРА-ЮГ» факт нарушения ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» не признает. Ответчик обосновывает свою позицию тем, что листовки магазина винзавода «Мильстрим» с рекламой алкогольной продукции Обществом не размещались, не согласовывались и не заказывались. Изготовление и размещение рекламных листовок было поручено представителю ООО «АМФОРА-ЮГ» <...>, дизайн листовки и ее информационное содержание были переданы указанному лицу в виде общей идеи. С ООО «АМФОРА-ЮГ» была согласован макет следующего содержания: *«Винзавод «Мильстрим». Цена винзавода. Собственные виноградники. Гарантия качества производителей. Сеть фирменных магазинов. Открылся магазин г. Киров, ул. <...> тел.: +7-<...>. Информацию о расположении наших магазинов вы можете узнать на сайте <https://<...>.ru>. ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ 18+»*. Наличие второй стороны листовки с указанием ассортимента винзавода «Мильстрим» не согласовывалось. В настоящий момент получить от <...> дополнительную информацию об изготовлении спорной рекламы не представляется возможным.

Комиссия, рассмотрев материалы дела, пришла к следующим выводам.

В соответствии с п. 1 ст. 3 Федерального закона «О рекламе», 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.

Согласно п. 2 ст. 3 Федерального закона «О рекламе», объект рекламирования – это 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.

В соответствии с п. 3 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» под товаром

понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, размещенная на рекламной листовке магазина винзавода «Millstream», следующего содержания:

«Винзавод «Мильстрим». Цена винзавода. Собственные виноградники. Гарантия качества производителей. Сеть фирменных магазинов. Открылся магазин г. Киров, ул. <...> тел.: +7<...>. Информацию о расположении наших магазинов вы можете узнать на сайте <https://<...>.ru>. ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ 18+» с изображением схемы месторасположения магазина, а также бочонка, трех бокалов с напитком винного цвета и винной бутылкой без маркировки (лицевая сторона листовки);

«ООО «А<...>» Краснодарский край, Темрюкский район, п. <...>, ул. <...>, д. <...>. + 7 <...> <https://<...>.ru>. Всегда в наличии более 100 наименований винной продукции по отпускным ценам завода! «Мильстрим Традиционное» полусладкое красное 0,7 л 190 (215) руб., «Мильстрим Классическое» мускат полусладкое белое 0,75 л 205 (235) руб., «Мильстрим Экспорт» каберне сухое красное 0,75 л 265 (305) руб., «Элитная коллекция» российское шампанское полусладкое белое 0,75 л 285 (325) руб., «AV коллекция Ажелика Варум» пино нуар вино столовое сухое розовое 0,75 л 350 (399) руб., «Элитная коллекция» SHIRAZ вино столовое сухое красное 0,75 л 335 (380) руб., «Пиканти» дольчезе напиток винный газированный 0,75 л 195 (220) руб., «Мильстрим 1936» игристое вино полусладкое белое 0,7 л 235 (265) руб., «Мильстрим 1936» вино тихое сухое красное 1 л 190 (205) руб. Цены указаны при покупке по акции «от 6 бутылок», условия уточняйте в магазинах. Цены () указаны при покупке менее 6-ти бутылок» с изображением вин, винных напитков и игристых вин винзавода «Millstream» (оборотная сторона листовки)

содержит все юридически значимые признаки рекламы, поскольку такая информация:

- распространена на проспекте, предназначенном для восприятия потребителями;
- адресована неопределенному кругу лиц, т.е. тем лицам (потребителям), которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования (неперсонифицированный характер);
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования: реализуемой магазином винзавода «Мильстрим» алкогольной продукции (винам, игристым винам (шампанское), винным напиткам), формированию интереса к ней у потребителей, в том числе за счет указания на привлекательные условия при покупке товара оптом.

В соответствии с п. 7 ст. 2 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» (далее – Федеральный закон «О государственном регулировании алкогольной продукции») под алкогольной продукцией понимается 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, коньяк), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

В соответствии с п. 11 ст. 2 Федерального закона «О государственном регулировании алкогольной продукции» 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, подвергнутое неполному брожению, или в вино, в котором процесс брожения не окончен, а подслащивание - на любой стадии технологического процесса до момента розлива.

В соответствии с п. 12.3 ст. 2 Федерального закона «О государственном регулировании алкогольной продукции» винный напиток - алкогольная

продукция с содержанием этилового спирта от 1,5 процента до 22 процентов объема готовой продукции с насыщением или без насыщения двуокисью углерода, содержащая не менее 50 процентов виноматериалов с добавлением или без добавления ректифицированного этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртованных виноградного или иного фруктового сусла, и (или) винного дистиллята, и (или) фруктового дистиллята, и (или) сахаросодержащих продуктов, и (или) ароматических и вкусовых добавок, и (или) пищевых красителей, и (или) воды.

Согласно информации, представленной на официальном сайте винзавода «Millstream» <https://<...>.ru/>, указанные в рекламе товары: «Мильстрим Традиционное» полусладкое красное 0,7 л содержит процент этилового спирта 10.0-12.0 %, «Мильстрим Классическое» мускат полусладкое белое 0,75 л – 9.0-11.0 %, «Мильстрим Экспорт» каберне сухое красное 0,75 л – 11.0-13.0 %, «Элитная коллекция» российское шампанское полусладкое белое 0,75 л – 10.5-13.0 %, «Элитная коллекция» SHIRAZ вино столовое сухое красное 0,75 л – 11.0-13.0 %, «Пиканти» дольчезе напиток винный газированный 0,75 л – 7,5 %, «Мильстрим 1936» игристое вино полусладкое белое 0,7 л – 10.5-13.0 %, «Мильстрим 1936» вино тихое сухое красное 1 л 10.0-12.0 % (акт осмотра сайта антимонопольным органом от 20.04.2021).

Таким образом, вышеуказанная информация в совокупности с графическими изображениями бочонка, трех бокалов с напитком винного цвета и винной бутылкой без маркировки, вин, винных напитков и игристых вин винзавода «Millstream», а также информации, размещенной на сайте <https://<...>.ru/>, с описанием производимых товаров, указанием на сорт винограда и процентом этилового спирта, содержит все признаки рекламы, перечисленные в п. 1 ст. 3 Федерального закона «О рекламе», является рекламой алкогольной продукции, следовательно, на такую информацию, а также на порядок ее размещения распространяются положения Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с ч. 3 ст. 21 Федерального 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).

Кроме того, согласно Пленуму Высшего Арбитражного Суда РФ N 58 от 08.10.2012 г., рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

Поскольку указанная реклама размещена на каждой стороне листовки (лицевой и оборотной сторонах), связана по смыслу и является единым

рекламным материалом, такая реклама алкогольной продукции должна сопровождаться предупреждающей надписью о вреде ее чрезмерного потребления на соразмерной рекламной площади.

Указанный довод подтверждается, в том числе позицией членов Экспертного совета по применению рекламного законодательства при Кировском УФАС России (далее – члены Экспертного совета), в состав которого входят представители научных организаций, общественных организаций, экспертов и специалистов в области лингвистики, психологии, журналистики.

Согласно мнению членов Экспертного совета, высказанному на заседании от 16.03.2021, рекламная информация на листовке магазина винзавода «Мильстрим» воспринимается как единая реклама, так как «верхушка» рекламы выполнена в одном стиле, у листовки есть лицевая и обратная стороны (протокол Экспертного совета от 16.03.2021).

Согласно расчету площади предупреждения о вреде чрезмерного употребления алкогольной продукции, указанного на странице лицевой стороне листовки (10 мм × 138 мм = 1380 мм) с учетом общей рекламной площади лицевой и обратной сторон ((148 мм × 208 мм) × 2 = 61568 мм), процент площади предупреждения составил $1380 \div 61568 \times 100 \% = 2,24 \%$.

Таким образом, реклама алкогольной продукции, размещенная на листовке магазина винзавода «Мильстрим», содержит предупреждающую надпись о вреде чрезмерного употребления алкогольной продукции, но такой надписи отведено менее 10 % рекламной площади, что нарушает ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с ч. 6, 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» несут рекламодатель и рекламораспространитель.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» под рекламодателем понимается изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с п. 7 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» под рекламораспространителем понимается лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно информации, представленной ООО «АПК Мильстрим-Черноморские вина» (вх. № 567 от 01.02.2021) по адресу, указанному в листовке с рекламой алкогольной продукции (г. Киров, ул. <...>, д. <...>), розничная продажа алкогольной продукции винзавода «Мильстрим» осуществляется ООО «АМФОРА-ЮГ» (ИНН: <...>, ОГРН: <...>) на основании договора франчайзинга № <...>. Данный факт также подтверждается

составленным антимонопольным органом актом фиксации от 14.01.2021, а также договором аренды от 06.08.2020 г., заключенным между ЗАО «ЭЛТЕХНОСТРОЙ» и ООО «АМФОРА-ЮГ» и перечнем реализуемой алкогольной продукции в магазине винзавода «Мильстрим» по адресу: г. Киров, ул. <...>, д. <...>.

Согласно информации, представленной ПАО «МТС» (вх. № 495 от 28.01.2021) абонентский номер, указанный в рекламе (+7-<...>), предоставлен в пользование по договору оказания услуг подвижной связи оператором ПАО «МТС» ООО «АМФОРА-ЮГ», что подтверждается скриншотом карточки абонента из автоматизированной системы расчетов.

Таким образом, исходя из имеющихся в материалах дела документов, рекламодателем и рекламораспространителем спорной рекламы является ООО «АМФОРА-ЮГ», которое несет ответственность за нарушение требований ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

Довод ООО «АМФОРА-ЮГ» о том, что листовки магазина винзавода «Мильстрим» с рекламой алкогольной продукции Обществом не размещались, не согласовывались и не заказывались, не обоснован и не нашел своего подтверждения в ходе рассмотрения дела.

Порядок выдачи антимонопольным органом предписаний о прекращении нарушения требований законодательства Российской Федерации о рекламе установлен Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922 (далее – Правила).

Согласно пункту 49 Правил при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу, обязанному устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Согласно пояснениям ООО «АМФОРА-ЮГ» (вх. № 2307 от 15.04.2021) реклама алкогольной продукции, размещенная на листовке магазина винзавода «Мильстрим», распространялась в магазине винзавода «Millstream», что подтверждают сотрудники магазина. На день получения Обществом определения о возбуждении дела № 043/05/21-114/2021 от 18.02.2021 г. указанная листовка с рекламой алкогольной продукции в магазине винзавода не распространялась. Поручений на распространение указанной рекламы в подъездах многоквартирного дома Общество не давало.

Кроме того, факт распространения в почтовых ящиках подъезда 3 многоквартирного дома, расположенного по адресу: г. Киров, ул. <...>, д.

<...>, корп. <...>, в ходе рассмотрения обращения физического лица не нашел документальных подтверждений.

Поскольку на момент вынесения решения в материалах дела имеются документы, свидетельствующие о том, что реклама алкогольной продукции, размещенная на листовке магазина винзавода «Мильстрим», не распространяется, Комиссия решила не выдавать ООО «АМФОРА-ЮГ» предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Комиссия считает необходимым передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении ООО «АМФОРА-ЮГ» и его должностного лица.

Руководствуясь ст. 3, ч. 3 ст. 21, п. 2 ч. 1 ст. 33, ч. 1 ст. 36, ст. 38 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 - ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42 – 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

Р Е Ш И Л А:

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: «Винзавод «Мильстрим». Цена винзавода. Собственные виноградники. Гарантия качества производителей. Сеть фирменных магазинов. Открылся магазин г. Киров, ул. <...>, <...> тел.: +7-<...>. Информацию о расположении наших магазинов вы можете узнать на сайте <https://<...>.ru>. ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ 18+» с изображением схемы месторасположения магазина, а также бочонка, трех бокалов с напитком винного цвета и винной бутылкой без маркировки (лицевая сторона);

«ООО «А<...>» Краснодарский край, <...>район, п. <...>, ул. <...>, д. <...>. + 7 <...> <https://<...>.ru>. Всегда в наличии более 100 наименований винной

продукции по отпускным ценам завода! «Мильстрим Традиционное» полусладкое красное 0,7 л 190 (215) руб., «Мильстрим Классическое» мускат полусладкое белое 0,75 л 205 (235) руб., «Мильстрим Экспорт» каберне сухое красное 0,75 л 265 (305) руб., «Элитная коллекция» российское шампанское полусладкое белое 0,75 л 285 (325) руб., «AV коллекция Ажелика Варум» пино нуар вино столовое сухое розовое 0,75 л 350 (399) руб., «Элитная коллекция» SHIRAZ вино столовое сухое красное 0,75 л 335 (380) руб., «Пиканти» дольчезе напиток винный газированный 0,75 л 195 (220) руб., «Мильстрим 1936» игристое вино полусладкое белое 0,7 л 235 (265) руб., «Мильстрим 1936» вино тихое сухое красное 1 л 190 (205) руб. Цены указаны при покупке по акции «от 6 бутылок», условия уточняйте в магазинах. Цены () указаны при покупке менее 6-ти бутылок» с изображением вин, винных напитков и игристых вин винзавода «Millstream» (оборотная сторона), распространенную на рекламной листовке винзавода «Мильстрим» в городе Кирове в декабре 2020 года, поскольку она противоречит требованиям ч. 3 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 - ФЗ «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ООО «АМФОРА-ЮГ» (ИНН: <...>, ОГРН: <...>) не выдавать.

3. Передать материалы уполномоченному должностному лицу Кировского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении ООО «АМФОРА-ЮГ» (ИНН: <...>, ОГРН: <...>) и его должностного лица.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии