

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области (далее по тексту – Комиссия, Оренбургское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

..> – председателя Комиссии, заместителя руководителя Управления начальника отдела антимонопольного и рекламного контроля, общественных связей;

..> – члена Комиссии, ведущего специалиста – эксперта отдела антимонопольного и рекламного контроля, общественных связей;

..> – члена Комиссии, специалиста – эксперта отдела антимонопольного рекламного контроля, общественных связей;

отсутствии:

..>., доказательства надлежащего извещения находятся в материалах дела.

рассмотрев дело № 056/05/21-1463/2019, возбужденное в отношении И (..>), по признакам нарушения требований, установленных частью 2.1 статьи 17 Федерального закона Российской Федерации «О рекламе» № 38-ФЗ от 18.03.2006г. (далее по тексту – ФЗ «О рекламе») содержащихся в размещении рекламы алкогольной продукции,

УСТАНОВИЛА:

целях проверки соблюдения требований, установленных Законом о рекламе, 16 октября 2019 года сотрудниками Оренбургского УФАС России проведена проверка рекламы, размещенной и распространяемой на территории города Оренбурга, на предмет соответствия требованиям, установленным законодательством РФ о рекламе.

ходе проверки установлено, что по адресу: г.Оренбург, Салмышская ул., № 18, размещается информация с текстом: «MUNCHEN/ Paulaner/ KULANERGARTEN/ Paulaner Hefe-Weissbier Naturtrub/ ВАРИТСЯ В МЮНХЕНЕ С 1834 ГОДА/ 18 ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ», сопровождаемая пивной бутылкой и бокалом пенным напитком (пиво).

данная информация размещена на холодильном оборудовании, которое

установлено у панорамного окна магазина «КЕГА», расположенного по адресу: г. Оренбург, ул. Салмышская д.51.

По анализируемому содержанию рассматриваемой рекламы, Комиссия Оренбургского УФАС России установила следующее.

Рассматриваемая информация отвечает понятию реклама. Следовательно, требования ФЗ «О рекламе» распространяются на данную информацию.

Согласно пункту 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе», объектом рассматриваемой рекламы является - пиво, поскольку рассматриваемая информация направлена на привлечение внимания к данному объекту рекламирования, формирует и поддерживает интерес неопределенного круга потребителей к данному товару – (пиву) Paulaner Hefe-Weissbier Naturtrub, которое реализуется в торговом объекте «КЕГА» по адресу: г. Оренбург, ул. Салмышская, 51.

Данная информация по своему содержанию призвана продвинуть на рынке определенный товар – пиво Paulaner Hefe-Weissbier Naturtrub.

Согласно части 13.1 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ (ред. от 01.05.2019) «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» (Далее - ФЗ 171) , пиво - алкогольная продукция с содержанием этилового спирта, образовавшегося в процессе брожения пивного сусла, которая произведена из пивоваренного солода, хмеля и (или) полученных в результате переработки хмеля продуктов (хмелепродуктов), воды с использованием пивных дрожжей, без добавления этилового спирта, ароматических и вкусовых добавок.

Согласно требованиям части 7 статьи 2 ФЗ №171, алкогольная продукция - 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), безалкогольные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, медовуха.

Поскольку в рассматриваемой рекламе отсутствует пиктограмма, указывающая на то, что рекламируемый товар является безалкогольным, данная информация воспринимается, как реклама алкогольной продукции.

ответственно информация с текстом: «MUNCHEN/ Paulaner/ KULANERGARTEN/ Paulaner Hefe-Weissbier Naturtrub/ ВАРИТСЯ В МЮНХЕНЕ С 1834 ГОДА/ 18 ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ», признается рекламой алкогольной продукции.

Согласно части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе», реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема пищевой 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 РФ из выращенного на территории РФ винограда разрешается на выставках пищевой продукции (за исключением продуктов детского питания) и выставках организаций общественного питания.

Рекламная реклама размещена в стационарном торговом объекте, в котором осуществляется розничная продажа алкогольной продукции. Однако данная информация размещается посредством наклейки на холодильном оборудовании, расположенном вплотную у панорамного окна торгового объекта. Следовательно, реклама направлена неопределенному кругу лиц. С учетом расположения рекламной конструкции, реклама не доступна для посетителей магазина «КЕГА», однако доступна для прохожих, тем самым выходит за границы торгового объекта. В ходе проверки установлено, что предпринимательскую деятельность в магазине «КЕГА» осуществляет <...>

По признакам нарушения части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» в отношении <...> было возбуждено дело №056/05/21-1463/2019 и назначено к рассмотрению с 18.11.2019 г.

Кроме того, 25 декабря 2019 года при Оренбургском УФАС России проводился экспертный совет по рекламе, на котором, в том числе рассматривался вопрос: «выходит» (распространяется) ли рассматриваемая спорная реклама пива за пределы заведения, реализующего рекламируемую алкогольную продукцию, с учетом способа размещения данной рекламы.

По результатам голосования, большинство членов Экспертного Совета пришли к следующему мнению: использование указанного способа рекламирования пива для привлечения внимания потребителей недопустимо и, к тому же, спорная реклама пива «выходит» за пределы стационарного торгового объекта, осуществляющую розничную продажу алкогольной продукции, что противоречит требованиям, установленным ФЗ «О рекламе».

Рекламная реклама пива определенной марки распространяется на холодильном оборудовании, установленном у панорамного окна магазина, реализующего преимущественно алкогольную продукцию. Формально

рассматриваемая реклама размещена внутри заведения, однако, учитывая особую особенность размещения спорной рекламы – вплотную к панорамному окну, реклама недоступна для восприятия потребителей, находящихся внутри стационарного торгового объекта, тогда как доступна для просмотра определенному кругу лиц, находящимся за пределами магазина, реализующего алкогольную продукцию. Данный факт был поддержан экспертным советом по рекламе.

определениями № 10551 от 24.10.2019г., №11668 от 22.11.2019г., №12113 от 04.12.2019г. рассмотрение дела №056/05/21-1463/2019 неоднократно откладывалось, поскольку ИП <...> не был извещен надлежащим образом о времени и месте рассмотрения дела, запрашиваемые сведения индивидуальный предприниматель не представил (отчеты об отслеживании почтовых отправлений № 46001539052098; № 46001540036377; 46001540036391). Ввиду чего дело в очередной раз было отложено и назначено к рассмотрению на 21.01.2020г. (опр. №12113 от 04.12.2019г.).

21.01.2020 г. <...> на рассмотрение дела №056/05/21-1463/2019 не явился, запрашиваемых документов и письменных пояснений не представил.

определение исх.№12113 от 04.12.2019г. адресатом получено не было. 04.12.2019г. состоялась неудачная попытка вручения письма. Определение о возвращении дела № 056/05/21-1463/2019 вернулось в адрес Оренбургского УФАС России.

Согласно правовой позиции, изложенной в постановлении Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.06.2015 № 25 «О применении судами некоторых положений раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации» и содержащей толкование положений статьи 165.1 Гражданского кодекса Российской Федерации, юридически значимое сообщение, адресованное юридическому лицу, направляется по адресу, указанному в едином государственном реестре юридических лиц либо по адресу, указанному самим юридическим лицом. При этом необходимо учитывать, что юридическое лицо несет риск последствий неполучения юридически значимых сообщений, доставленных по адресам.

Сообщения, доставленные по названным адресам, считаются полученными, даже если соответствующее лицо фактически не находится по указанному адресу (пункт 63). В соответствии с пунктом 67 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23.06.2015 №25 «О применении судами некоторых положений раздела I 9 А47-1859/2018 части первой Гражданского кодекса Российской Федерации» юридически значимое сообщение считается оставленным и в тех случаях, если оно поступило лицу, которому оно направлено, но по обстоятельствам, зависящим от него, не было ему вручено или адресат не ознакомился с ним.

ответственно корреспонденция считается доставлено если адресат
получил ее в отделении связи, в связи с чем, указанная
корреспонденция была возвращена по истечению срока хранения.

Учитывая изложенное, комиссия приходит к выводу о надлежащем извещении
индивидуального предпринимателя.

Учитывая материалы комиссионного дела, Комиссия пришла к следующему
выводу - учитывая содержание рассматриваемой рекламы, способ
привлечения внимания потребителя к рекламируемому товару
и источник данной информации, реклама с текстом: «MUNCHEN/
Paulaner/ PAULANERGARTEN/ Paulaner Hefe-Weissbier Naturtrub/ ВАРИТСЯ
В МЮНХЕНЕ С 1634 ГОДА/ 18 ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЬНОЙ
ПРОДУКЦИИ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ» распространялась в нарушение
требований части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» .

Согласно части 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе», ответственность за нарушение
требований части 2.1 статьи 21 закона несет рекламораспространитель.

Материалами комиссионного дела №056/05/21-1463/2019 установлено, что
рекламораспространителем спорной рекламы, является ИП <...>. В
наказательств прекращения допущенного нарушения ч. 2.1 ст.21 ФЗ «О
рекламе» в материалы дела № 056/05/21-1463/2019 представлено не было,
в связи с чем у Комиссии Оренбургского УФАС России имеются правовые
основания выдать <...> предписание о прекращении нарушения
законодательства РФ о рекламе.

В соответствии с пунктом 1 частью 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона
«О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-50 Правил рассмотрения
дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства
Российской Федерации о рекламе, утвержденных
Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 года №
8, Комиссия,

РЕШИЛА:

Признать ненадлежащей рекламу: «MUNCHEN/ Paulaner/ PAULANERGARTEN/
Paulaner Hefe-Weissbier Naturtrub/ ВАРИТСЯ В МЮНХЕНЕ С 1634 ГОДА/ 18
ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ ВРЕДИТ ВАШЕМУ
ЗДОРОВЬЮ», поскольку в ней нарушены требования ч.2.1 ст.21 ФЗ «О рекламе»

Выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения законодательства
Российской Федерации о рекламе;

Передать материалы дела №056/05/21-1463/2019 уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Ленинградской области для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренного ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в порядке, установленном статьей 19 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.