12 ноября 2015 года г. Челябинск, пр. Ленина, 59

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

Председатель Комиссии: <…> – заместитель руководителя Управления - начальник отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией;

члены Комиссии: <…>, главный специалист-эксперт отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией;
<…>, специалист-эксперт отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией,,

рассмотрев дело № 63-08/2015, возбужденное по признакам нарушения пункта 1 статьи 7 Федерального закона «О рекламе» по факту распространения рекламы пиццерии «Акварела» по доставке алкогольной продукции,

в отсутствие:

заявителя, надлежащим образом извещенного о месте и времени рассмотрения дела и не заявившего ходатайство о рассмотрении дела в его отсутствие,

общества с ограниченной ответственностью «Империя вкуса» (далее – ООО «Империя вкуса»), надлежащим образом извещенного о месте и времени рассмотрения дела и не заявившего ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие его представителя,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее - Челябинское УФАС России) из Управления Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Челябинской области поступило заявление физического лица о размещении в меню пиццерии «Акварелла» (г. Златоуст, пр. им. Ю.А. Гагарина, 1 линия, д. 10а) ненадлежащей рекламы, в которой присутствуют сведения: «Девочки еще не знают где купить алкоголь после 23:00, а мальчики уже заказали в сети Pizza Aquarela». По мнению заявителя, в русском языке мальчиками и девочками называют детей в возрасте до 13-15 лет, в связи с чем, информация в меню указывает на то, что дети могут заказать себе алкоголь с доставкой, что предполагает возможность его употребления ими.

Администрация Златоустовского городского округа по запросу Челябинского УФАС России представила фотоматериалы меню пиццерии «Акварела» (г. Златоуст, пр.им. Гагарина, 1 линия, д. 10а) по состоянию на 14 мая 2015 года. Из фотоматериалов усматривается, что в рекламе присутствуют образы людей и сведения: «Девочки еще не знают где купить алкоголь после 23:00, а мальчики уже заказали в сети Pizza Aquarela» и указаны контактные телефоны доставки, а также наименования алкогольной продукции торговых марок «Glenfiddich», «OLMECA», «Grants», «VEDA», «BACARDI», «Золотой резерв», «BLACK LABEL», «Tullamore Dew». Также письмом исх. № 4094 от 14.05.2015 Администрация Златоустовского

городского округа сообщила, что предпринимательскую деятельность в пиццерии «Акварела» (г. Златоуст, пр.им. Гагарина, 1 линия, д. 10а) осуществляет ООО «Империя вкуса».
Челябинским УФАС России в отношении ООО «Империя вкуса» возбуждено дело по признакам нарушения пункта 1 статьи 7 Федерального закона «О рекламе».
ООО «Империя вкуса» представило письменные объяснения о том, что ООО «Империя вкуса» не предоставляет услуги по доставке алкогольной продукции и по её продаже дистанционным способом, телефоны указаны для обратной связи обращения гостей пиццерии.
Определением Челябинского УФАС России исх. № 15430/08 от 06.10.2015 рассмотрение дела было отложено и назначено на 12 ноября 2015 года в 10 часов 00 минут по адресу: г. Челябинск, пр. Ленина, 59, каб. 320. В определении также указано на отсутствие предупреждающей надписи о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции и использование образов людей в рекламе алкогольной продукции, что содержит признаки нарушения части 3 статьи 21, пункта 6 части 1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».
ООО «Империя вкуса» на рассмотрение дела не явилось, письменные объяснения не представило. Почтовая корреспонденция с процессуальными документами Челябинского УФАС России направленная в адрес ООО «Империя вкуса»: г. Миасс, ул. Добролюбова, 39а, была возвращена почтовым отделением с отметкой об истечении срока хранения.
Согласно выписке из ЕГРРЮЛ ООО «Империя вкуса» зарегистрировано по адресу: г. Миасс, ул. Добролюбова, 39а, на который антимонопольным органом направлялась почтовая корреспонденция.
Согласно пункту 1 Постановления Пленума ВАС РФ от 30.07.2013 N 61 «О некоторых вопросах практики рассмотрения споров, связанных с достоверностью адреса юридического лица» юридическое лицо несет риск последствий неполучения юридически значимых сообщений, поступивших по его адресу, указанному в ЕГРЮЛ, а также риск отсутствия по этому адресу своего представителя, и не вправе в отношениях с лицами, добросовестно полагавшимися на данные ЕГРЮЛ об адресе юридического лица, ссылаться на данные, не внесенные в указанный реестр, и на недостоверность данных, содержащихся в нем, на ненадлежащее извещение в ходе рассмотрения дела судом в рамках производства по делу об административном правонарушении и т.п., за исключением случаев, когда соответствующие данные внесены в ЕГРЮЛ в результате неправомерных действий третьих лиц или иным путем помимо воли юридического лица (п. 2 ст. 51 ГК РФ).
С учетом изложенного, Комиссия считает возможным рассмотреть дело в отсутствие представителя ООО «Империя вкуса».
Рассмотрев заявление и материалы дела, Комиссия приходит к следующим выводам.
В городе Златоусте 14 мая 2015 года в пиццерии «Акварела» в меню на отдельном листе распространялась информация: «Девочки еще не знают где купить алкоголь после 23:00, а мальчики уже заказали в сети Pizza Aquarela. Телефоны доставки: Миасс ул. Лихачева, 47 А (3513)57-24-02…, Златоуст пр. Гагарина, 1 линия, 10А (3513) 67-20-40…, Чебаркуль ул. 9 мая, д. 15, ТК «Алиса» (35168) 2-44-00… Glenfiddich, OLMECA, Grants, VEDA, BACARDI, Золотой резерв, BLACK LABEL, Tullamore Dew». При этом на левом информационном поле неоднократно указано слово «Доставка». Здесь же присутствуют образы людей, в частности молодых людей. Иные листы меню содержат сведения об ассортименте продукции, реализуемой в Pizza Aquarela, в том числе алкогольной продукции, как например карта бара с

информацией: «Коньк Хеннесси U.S, Хенесси USOP, Камю U.S, Камю U.S.O.P Бренди Золотой резерв 5*, Армянский 3*, Саят Нова 3*, Саяот Нова 5*…».
Факт размещения данной информации о пиццерии «Акварела» подтверждается фотоматериалами по состоянию на 14 мая 2015 года, представленными Администрацией Златоустовского городского округа письмом исх. № 4094 от 14.05.2015.
Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама – это информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.
Размещаемая информация, выполненная в форме меню как отдельная печатная продукция «Девочки еще не знают где купить алкоголь после 23:00, а мальчики уже заказали в сети Pizza Aquarela» с использованием образов людей, а также указанием наименований алкогольной продукции и номеров телефонов службы доставки направлены не столько на информирование потребителей о продукции (ассортименте), предлагаемой в месте её продажи, в данном случае в пиццерии «Акварела», сколько на выделение алкогольной продукции торговых марок «Glenfiddich», «OLMECA», «Grants», «VEDA», «BACARDI», «Золотой резерв», «BLACK LABEL», «Tullamore Dew», среди однородных товаров, следовательно, указанная информация является рекламой.
В рекламе указаны торговые марки алкогольной продукции «Glenfiddich», «OLMECA», «Grants», «VEDA», «BACARDI», «Золотой резерв», «BLACK LABEL», «Tullamore Dew» и отсутствует предупредительная надпись о вреде её чрезмерного потребления.
В соответствии с частью 3 статьи 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).
Отсутствие в рекламе алкогольной продукции торговых марок «Glenfiddich», «OLMECA», «Grants», «VEDA», «BACARDI», «Золотой резерв», «BLACK LABEL», «Tullamore Dew», размещенной в меню пиццерии «Акварела», предупредительной надписи о вреде её чрезмерного потребления нарушает требования части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».
Согласно пункту 6 части 1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна использовать образы людей, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).
Под образом следует понимать отражение в сознании потребителей рекламы определенных объектов материального мира, их наглядное, живое представление. (Постатейный комментарий к Федеральному закону «О рекламе» авторы Бадалов Д.С., Василенкова И.И., Карташов Н.Н., Котов С.Ф., Никитина Т.Е. «Статут», 2012). При этом создание образов может выражаться через текстовое, визуальное или звуковое восприятие.
В данном случае в рекламе использованы текстовые образы людей за счет указания сведений «Девочки… мальчики…». Также в рекламе содержится визуальное использование образов людей в виде изображения живых людей, а именно молодых девушек и юношей, способом фотографии.
Реклама алкогольной продукции торговых марок «Glenfiddich», «OLMECA», «Grants», «VEDA», «BACARDI», «Золотой резерв», «BLACK LABEL», «Tullamore Dew», размещенная в меню пиццерии «Акварела», в которой посредством текстового и визуального

восприятия использованы образы людей нарушает пункт 6 части 1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».
В соответствии с частью 1 статьи 7 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама товаров, производство и (или) реализация которых запрещены законодательством Российской Федерации.
Согласно пункту 2 Правил «продажа товаров дистанционным способом» - продажа товаров по договору розничной купли-продажи, заключаемому на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах либо представленным на фотоснимках или с использованием сетей почтовой связи, сетей электросвязи, в том числе информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», а также сетей связи для трансляции телеканалов и (или) радиоканалов, или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора.
В силу пункта 20 Правил договор считается заключенным с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека либо иного документа, подтверждающего оплату товара, или с момента получения продавцом сообщения о намерении покупателя приобрести товар. При оплате товаров покупателем в безналичной форме или продаже товаров в кредит (за исключением оплаты с использованием банковских платежных карт) продавец обязан подтвердить передачу товара путем составления накладной или акта сдачи-приемки товара.
В соответствии с письмом Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека от 12.10.2007 N 0100/10281-07-32 «О контроле за соблюдением Правил» продажа товаров вне стационарных мест торговли непосредственно по месту нахождения потребителя является одним из условий дистанционного способа продажи товаров.
Частью 3 статьи 14.16 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность за нарушение иных правил розничной продажи алкогольной и спиртосодержащей продукции (то есть правил, ответственность за нарушение которых не предусмотрена частями 1 - 2.1 данной статьи).
Таким образом, дистанционная продажа алкогольной продукции является видом деятельности, запрещенным законодательством Российской Федерации.
Доказательств того, что ООО «Империя вкуса», осуществившее размещение в меню пиццерии «Акварелла» рекламной информации «…Доставка…Glenfiddich», «OLMECA», «Grants», VEDA, BACARDI, Золотой резерв, BLACK LABEL, Tullamore Dew» осуществляет вид деятельности, запрещенный законодательством Российской Федерации при рассмотрении дела не представлено. Сведения о привлечении ООО «Империя вкуса» к административной ответственности за совершение административного нарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 3 статьи 14.16 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях по состоянию на 12 ноября 2015 года у антимонопольного органа отсутствуют.
Частями 6 и 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» за нарушение требований части 1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» предусмотрена ответственность рекламодателя, за нарушение требований части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» ответственность рекламодателя и рекламораспространителя.
Согласно статье 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект

рекламирования и (или) содержания рекламы лицо, рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.
Исходя из понятия рекламодателя, изложенного в статье 3 Федерального закона «О рекламе», рекламодатель - это по сути, заказчик рекламы, то есть то лицо, в чьих интересах осуществляется распространение и размещение рекламы.
Соответственно, таким лицом могут выступать изготовитель, продавец, фирма, оказывающая услуги, государственный или общественный орган, частное лицо и так далее.
С учетом изложенного, рекламодателем рекламы является ООО «Империя вкуса», поскольку реклама, размещенная в меню пиццерии «Акварела» направлена на формирование и поддержание интереса к услугам и товарам данной организации.
ООО «Империя вкуса» также является рекламораспространителем как лицо, осуществляющее распространение рекламы по месту нахождения пиццерии «Акварелла».
ООО «Империя вкуса» не представило материалы, свидетельствующие о прекращении распространения рекламы по состоянию на 12.11.2015, в связи с чем, Комиссия считает необходимым выдать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе
Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламную информацию алкогольной продукции торговых марок «Glenfiddich», «OLMECA», «Grants», «VEDA», «BACARDI», «Золотой резерв», «BLACK LABEL», «Tullamore Dew», выполненную в форме меню отдельной печатной продукцией, размещенную 14 мая 2015 года в меню пиццерии «Акварела» в которой:
отсутствует предупредительная надпись о вреде её чрезмерного потребления, поскольку в ней нарушены требования части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе»,
использованы образы людей, что нарушает требования пункта 6 части 1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».
2. Выдать ООО «Империя вкуса» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Челябинского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в отношении ООО «Империя вкуса» и его должностного лица.
Решение может быть обжаловано в суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.
Решение изготовлено в полном объеме 20 ноября 2015 года.

Председатель Комиссии <…>

Члены Комиссии <…>

<…>