

РЕШЕНИЕ

по делу № 06-11/91-17

17 ноября 2017 года
г. Томск

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

председателя
комиссии: - Шевченко Владимира Ивановича, руководителя
управления,
- Мостовой Ксении Владимировны, специалиста-
эксперта отдела контроля рекламы,
недобросовестной конкуренции и адвокатирования,

членов комиссии:
- Пятериковой Евгении Андреевны, специалиста-
эксперта отдела контроля рекламы,
недобросовестной конкуренции и адвокатирования,

рассмотрев материалы дела № 06-11/91-17 по признакам нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) по факту распространения рекламы алкогольной продукции (пива), без участия заявителя, надлежащим образом уведомленного о времени и месте заседания Комиссии, в присутствии представителя ООО «Медиа пресс 2000» (ИНН: 7017021467) - А. , законного представителя ООО «Добровар» (ИНН: 7017387648) – Г. (директора),

УСТАНОВИЛА:

В Томское УФАС России поступило обращение гражданина, в котором указывается на признаки нарушения законодательства о рекламе, выразившиеся в следующем.

Из обращения следует, что в номере журнала «Дорогое удовольствие» (сентябрь 2017) на стр. 170-172 размещена реклама частной пивоварни «Йохан Пивохан» с изображением мужчин, держащих кружки с пенным напитком, с предупреждением о вреде чрезмерного употребления алкоголя. На стр. 172 журнала «Дорогое удовольствие» (сентябрь 2017) приведены основные сорта пива частной пивоварни «Йохан Пивохан», в том числе сорт «Йохан «Бок» (Воск), зима 2016, к которому приведено следующее описание: «Вкус этого пива полный, богатый, с мягкой текстурой, оттенками жженого солода, карамели, темного шоколада, но без жареного привкуса. Был сварен из 3 сортов солода «Munich», «Caramel», «Chocolate». Хмель: «Perle», «Zhatetsky». Алкоголь – 6,5-7%, натуральная плотность – 16,5% (верховое брожение)». По мнению заявителя, указанная реклама содержит признаки нарушения законодательства о рекламе.

По данному факту определением от 11.10.2017 возбуждено производство по настоящему делу по признакам нарушения ч. 2.1 ст. 21 Закона о рекламе.

Согласно пояснениям ООО «Медиа пресс 2000» (ИНН: 7017021467) реклама с нарушениями законодательства о рекламе размещена из-за невнимательности главного редактора журнала «Дорогое удовольствие». Договор об оказании услуг на рекламное обслуживание от 15.08.2017 заключен с ООО «Добровар» (ИНН: 7017387648).

На основании изложенного, определением об отложении рассмотрения дела № 06-11/91-17 от 27.10.2017 к участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, привлечено ООО «Добровар» (ИНН: 7017387648).

17.11.2017 на заседании Комиссии Томского УФАС России законный представитель ООО «Добровар» пояснил, что, прежде всего, рекламировалось само заведение «Йохан Пивохан», хронология сортов пива приводилась для ознакомления потребителей с сезонными напитками заведения.

Рассмотрев материалы дела, пояснения лиц, участвующих в деле, Комиссия считает установленным следующее.

В соответствии с п. 1 ст. 3 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; объект рекламирования - 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.

Информация о частной пивоварне «Йохан Пивохан», представленная в номере журнала «Дорогое удовольствие» (сентябрь 2017) на стр. 170-172 с изображением мужчин, держащих кружки с пенным напитком, а также сведения об основных сортах пива частной пивоварни «Йохан Пивохан» (Йохан «Светлое» (Hellesbier), Йохан «Пшеничное» (Weizenbier), Йохан «Темное» (Dunklesbier), Йохан «Пряный Эль» (Spiced Ale), Йохан «АРА» (American Pale Ale), Йохан «Бланш» (Blanche), Йохан «Бок» (Bock), Йохан «Милк АРА» (Milk American Pale Ale), Йохан «Берлинер Вайссе» (Berliner Weiße) с указанием сортов солода, из которого они изготовлены, плотности и крепости напитков, сопровождающаяся предупреждением о вреде чрезмерного употребления пива, являются рекламой, поскольку адресованы неопределенному кругу лиц, направлены на привлечение внимания к указанной частной пивоварне – Йохан Пивохан, а также производимой ею алкогольной продукции (пиву Йохан «Светлое» (Hellesbier), Йохан «Пшеничное» (Weizenbier) и т.д.), формирование и поддержание интереса к ним, а также их продвижение на рынке, следовательно, является рекламой. Объектом рекламирования является частная пивоварня «Йохан Пивохан», а также производимая ею продукция – пиво.

Таким образом, требования Закона о рекламе распространяются на содержание указанной информации, на обстоятельства ее распространения.

Согласно п. 7 ст. 2 Федерального закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» 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), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива.

В силу ч. 4 ст. 2 Закона о рекламе специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

На основании п. 6 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

В соответствии с ч. 2.1 ст. 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.

Рассматриваемая реклама частной пивоварни «Йохан Пивохан», а также алкогольной продукции, производимой ею, а именно сорта пива «Йохан «Бок» (Воск) с содержанием алкоголя – 6,5-7%, размещена в выпуске журнала «Дорогое удовольствие» (сентябрь 2017), кроме того, в указанной рекламе используются образы людей, держащих кружки с пенным напитком, с предупреждением о вреде чрезмерного употребления пива, что указывает на то, что рекламируемая продукция (пиво) является алкогольной.

Таким образом, рассматриваемая реклама размещена в журнале «Дорогое удовольствие» с нарушением требований п. 6 ч. 1, ч. 2.1 ст. 21 Закона о рекламе.

Согласно п. 4 ст. 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства, является ненадлежащей.

В соответствии с ч.4 ст.38 Закона о рекламе нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Согласно ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе несет рекламодаделец, за нарушение ч.2.1 ст.21 Закона о рекламе – рекламодатель.

Рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Добровар» (634012, г. Томск, пр. Кирова, 58; ИНН: 7017387648, ОГРН: 1157017018916), что подтверждается договором об оказании услуг на рекламное обслуживание от 15.08.2017, актом приемки-сдачи оказанных услуг № 654 от 01.09.2017. Из договора от 15.08.2017 следует, что ООО «Добровар» (ИНН:7017387648) является рекламодателем, ООО

«Агентство Рекламный Дайджест» (ИНН:7017105090) – рекламистом. Согласно п. 2.1 договора от 15.08.2017 рекламист принимает на себя обязательства оказать услуги по производству и (или) размещению рекламных материалов в Издании (согласно пп. «а» п. 1.1 договора от 15.08.2017 журнале «Дорогое удовольствие») в соответствии с заявкой рекламодателя в свободной форме (путем направления сообщения по электронной почте, через клиент мгновенных сообщений, смс-сообщения и пр.). Согласно пп. «а» п. 3.1 договора от 15.08.2017 рекламист обязуется произвести и (или) разместить рекламные материалы в Издании, указанные в заявке и Программе работ по рекламе, при условии своевременного согласования Рекламодателем оригинал-макета, соответствующего техническим требованиям, установленным настоящим Договором, и своевременной оплаты услуг в порядке и размере, предусмотренными настоящим договором. В приложении № 1 к договору об оказании услуг на рекламное обслуживание от 15.08.2017 содержится программа работ по рекламе, в п. п. 1.2-1.4 указан период размещения рекламных материалов – один месяц (№ 9 сентябрь 2017) и объем (4 полосы), а также стоимость производства/размещения статьи за период сентябрь 2017 года (82500 руб.). Макеты рассматриваемой рекламы согласованы с директором ООО «Добровар» Гузаевым В.А.

Рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ООО «Медиа пресс 2000» (634021, Томская область, г. Томск, ул. Герцена, 72Б; ИНН: 7017021467, ОГРН:1027000874317), что подтверждается договором об оказании услуг на рекламное обслуживание от 15.08.2017, согласно которому рассматриваемая реклама размещалась в выпуске журнала № 9 сентябрь 2017 «Дорогое удовольствие». При этом 01.01.2007 между ООО «Агентство Рекламный Дайджест» и ООО «Медиа пресс 2000» заключен агентский договор № 6 (договор об оказании посреднических услуг по поиску заказчиков), на основании которого ООО «Агентство Рекламный Дайджест» - агент, ООО «Медиа пресс 2000» - принципал. Пунктом 1.1 указанного агентского договора установлено, что принципал поручает агенту осуществлять поиск заказчиков (рекламодателей и иных лиц, представляющих интересы рекламодателей на основании соответствующих договоров) с целью заключения с ними от имени агента, но за счет принципала договоров на реализацию продукции и услуг.

На заседании Комиссии рекламораспространителем не представлено доказательств, подтверждающих устранение выявленных нарушений законодательства о рекламе, таким образом, имеются основания для выдачи ООО «Медиа пресс 2000» предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

Комиссия Томского УФАС России, руководствуясь ч. ч. 1-3 ст. 36 Закона о рекламе, п. 37 - п. 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу алкогольной продукции частной пивоварни «Йохан Пивохан», размещенную в выпуске журнала «Дорогое удовольствие» (сентябрь 2017) с нарушением требований п. 6 ч. 1, ч. 2.1 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Выдать ООО «Медиа Пресс 2000» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Томского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об

административном правонарушении, предусмотренном ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение антимонопольного органа может быть обжаловано в судебном порядке в течение трех месяцев со дня принятия решения.