РЕШЕНИЕ
по делу № 036/05/14-439/2021 о нарушении законодательства о рекламе
«19» мая 2021 года город Воронеж
(дата оглашения резолютивной части решения)
Комиссия Воронежского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:
председатель Комиссии: Логошин Андрей Владимирович – заместитель руководителя Воронежское УФАС России – начальник отдела контроля органов власти,
члены Комиссии: Козинина О.Г. – начальник отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции, Лисенко С.А. – государственный инспектор отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,
рассмотрев дело № 036/05/14-439/2021 по признакам нарушения Федеральным государственным унитарным предприятием «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» (г. Москва, Ул. 5-я Ямского Поля, 19/21, 125124, ИНН 7714072839) в лице филиала ФГУП ВГТРК ГТРК «Воронеж» (г. Воронеж ул. Карла Маркса, 114, 394030), ГРН 6157748693833), части 1 статьи 14, пункта 3 части 2 статьи 21 Федерального Закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе»), в присутствии представителя филиала ФГУП ВГТРК ГТРК «Воронеж» - <…> (Доверенность б/н от 18.05.2021 г.) (далее — представитель ФГУП ВГТРК ГТРК «Воронеж»),

УСТАНОВИЛА:
Воронежским УФАС России установлено распространение 07.03.2021 г. в эфире телеканалов «Россия 1» и «Россия 24» в телепрограммах «Местное время воскресенье» (время трансляции: 08:14 – 08:34, 13:00 – 13:31 (МСК) информации следующего содержания:
«Корреспондент: Бутылку вина стоимостью более полумиллиона рублей украли из Воронежского магазина. Другой такой в регионе нет, и вор это видимо знал. На дело шел подготовившись теоритически и практически и спрятав лицо от камеры за медицинской маской, но остался в памяти камер видео наблюдения. Чем уникально украденное вино узнала Евгения Соседко.
Вот она. Самая беспрецедентная Воронежская кража. Вполне солидный и немолодой вор убедившись, что один в зале нагло смотрит в камеру, а после, забрав бутылку, ценой почти пятьсот сорок тысяч рублей, сдвигает другие, чтобы пустоту не заметили. Добычу засовывает под куртку. В вином доме в тот день говорят было многолюдно. Мужчина спросил где туалет. Там видимо перепрятал элитный напиток в сумку. Здесь уверены, вор был не один. В этот момент консультанта настойчиво отвлекали по виду ценители совсем не вин. Преступник четко знал, что брать. А как раз на кануне редкой маркой интересовался кто-то из Белгорода.
<…> – соучредитель винного дома: Скорее всего это был заказ, потому, что исполнитель который непосредственно забрал это вино. Его до этого не было в нашем доме. А он абсолютно уверенно, пройдя во внутрь помещения, подошел к этой витрине, взял бутылку.
Корреспондент: Пропажу заметили на другой день просматривая витрины. Похищен всемирно известный «Petrus». Какого года не раскрывают. Известно только вину больше десятка лет. Такого напитка уверяют в Воронеже не купить. Коллекционное красное привезли из столицы примерно три года назад. Все это время «Petrus» был рубином ассортимента не товаром, а своего рода статусным показателем. На него ходили просто посмотреть. Так совпало, что именно сейчас

вино подорожало до почти семисот тысяч рублей.
«Petrus» - это удовольствие в бутылке доступное немногим. Обладает ярким характером и фантастической палитрой аромата и вкуса. Полнотелое насушенное, с бархатистыми сладковатыми таминами и удивительно продолжительным послевкусием. Хорошее сопровождение ягненку на косточке оленине под винным соусом, выдержанным сырам.
Этот напиток из региона Бордо называют не иначе как произведение искусства. Виноград для великого вина растет на голубой глине которой сорок миллионов лет. Собирают его только по ночам и исключительно вручную. В производство идут ягоды определенного размера и формы. Тираж бутылок лимитирован. Имя ему сделали, в том числе, известные критики и VIP персоны.
<…>. Шеф-сомелье винного бара: Тотже самый Джон Кеннеди в шестидесятые годы сказал, что «Petrus» его любимое вино. Плюс «Petrus» уникальный в том, что они например, пропускают некоторые года урожая и такое у них было неоднократно. Потому, что виноград не соответствует определенному уровню качества.
Евгения Соседко: Кражи марочных вин для Французского бордо не редкость. Так позапрошлой осенью грабители ворвались прямо в погреб и похитили свыше сотни коробок на пятьсот тысяч евро. По нынешнему курсу это страшно сказать, примерно сорок пять миллионов рублей. В Воронеже в плане необычных краж тоже есть чем похвастаться, Из недавнего воровали например автомат с бахилами, деньги из аппарата по розливу воды и зеленую мартышку. Регулярно грабят и секс шопы. Но о посягательствах на элитные вина прежде не сообщалось.
У коллекционных напитков здесь скоро будет своя комната. Центральное место в ней как-раз и должен был занять «Petrus», но не успел. Однако владельцы дома не исключают, вино им могут вернуть. Продать его точно будет проблематично. Полиция возбудила по факту кражи уголовное дело. Ворам грозит до двух лет тюрьмы. При этом по неофициальным данным, речь может идти о серии преступлений. Говорят, в городе примерно в одно время обокрали несколько магазинов с алкоголем». (далее – телевизионный ролик).
В телевизионном ролике неоднократно демонстрируется бутылка с вином «Petrus», а также место продажи указанного алкогольного напитка.

26.04.2021 г. Воронежским УФАС России возбуждено дело № 036/05/14-439/2021 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в отношении ФГУП «ВГТРК» в лице филиала ФГУП ВГТРК ГТРК «Воронеж». Рассмотрение дела назначено на 09 часов 30 минут (мск) 11.05.2021 г. (Определение исх. № 03-16/2704 от 26.04.2021 г.).
26.04.2021 г., в связи с поступившим от филиала ФГУП ВГТРК ГТРК «Воронеж» ходатайством, рассмотрение дела № 036/05/14-439/2021 было отложено на 10 часов 00 минут 19 мая 2021 г. (исх. № 03-16/3005).
19.05.2021 г. в ходе рассмотрения дела, представитель филиала ФГУП ВГТРК ГТРК «Воронеж» поддержал позицию, изложенную в пояснениях Общества и заявил, что спорный информационный сюжет не имеет целью продвижение товаров, работ, услуг и носит информационный характер.

Ознакомившись с материалами дела, оценив доводы лиц, участвующих в деле, Комиссия считает возможным признать рассматриваемый материал рекламой, а рекламу ненадлежащей по следующим основаниям.
В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «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.
В соответствии с пунктом 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе», 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.
Спорный телевизионный ролик в соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» является рекламой, поскольку адресован неопределенному кругу лиц и направлен на привлечение внимания к объектам рекламирования (вино «Petrus», организация, осуществляющая торговлю под коммерческим обозначением «Винный дом»), поддерживает интерес к ним и способствует продвижению товара на рынке (далее — рассматриваемая реклама).
Согласно пункту 3 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе», реклама алкогольной продукции не должна размещаться в телепрограммах и радиопрограммах (за исключением случаев, предусмотренных частями 7 и 8 указанной статьи), при кино- и видеообслуживании.
Спорный телевизионный ролик содержит подробное описание потребительских свойств вина марки «Petrus», что способно привлечь внимание неопределенного круга лиц к указанной продукции.
Таким образом, законодательное определение понятия «реклама» в совокупности с содержанием спорного видеоролика, позволяет сделать вывод о том, что объектом рекламирования, в рассматриваемом случае, является, в том числе алкогольная продукция (вино марки «Petrus»).
Кроме того, в спорном телевизионном ролике присутствует наименование «Винный дом».
Как установлено Воронежским УФАС России, в городе Воронеже под коммерческим обозначением «Винный дом TOPWINE» осуществляет деятельность ООО «Хороший Год» (ИНН: 3665130460, адрес: г. Воронеж, ул. Средне-Московская, д.30). ООО «Хороший Год» использует наименование «Винный дом TOPWINE», в том числе, на Интернет сайте: http://www.topwine.online/.
Анализ телевизионного ролика (последовательность подачи информации, логическая связь информации с видеорядом и т.д.) свидетельствуют о том, что транслируемый ролик позволяет потребителю идентифицировать «Винный дом TOPWINE» среди прочих организаций, осуществляющих торговлю алкогольной продукцией в городе Воронеже. Такая идентификация возможна, в том числе, через сеть Интернет. Так, при вводе запроса: «Винный дом Воронеж» в поисковой системе «Яндекс» (https://yandex.ru/), ссылка на Интернет сайт http://www.topwine.online/ выводится первой.
В спорном телевизионном ролике, внимание телезрителя акцентируется на том, что украденная бутылка вина, единственная в своем роде на территории города Воронежа. Указанное обстоятельство способствует также способствует формированию положительной репутации продавца (магазин «Винный дом TOPWINE»).
Рассматриваемая реклама транслировалась в телепрограмме в телепрограммах «Местное время воскресенье» в эфире телеканалов «Россия 1» и «Россия 24», что нарушает требования пункта 3 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».
В соответствии с частью 1 статьи 14 ФЗ «О рекламе», прерывание телепрограммы или телепередачи рекламой, то есть остановка трансляции телепрограммы или телепередачи для демонстрации рекламы, должно предваряться сообщением о

последующей трансляции рекламы, за исключением прерывания спонсорской рекламой.
Распространение рассматриваемой рекламы не предварялось сообщением о последующей трансляции рекламы, что является нарушением части 1 статьи 14 ФЗ «О рекламе».
В силу пункта 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» ненадлежащей признается реклама, несоответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.
В соответствии с пунктом 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламораспространителем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.
В данном случае рекламораспространителем является ФГУП «ВГТРК», так как оно, в том числе, является держателем лицензий на осуществление телевизионного вещания серия ТВ № 20457 от 05.04.2012 года, ТВ № 20454 от 05.04.2012 на телеканалах «Россия» (Россия 1) и «Россия 24».
Согласно части 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных, в том числе частью 1 статьи 14, пункта 3 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».
Воронежское УФАС России не может согласится с доводами филиала ФГУП ВГТРК ГТРК «Воронеж» о том, что спорный телевизионный ролик представляет из себя исключительно информационный сюжет ввиду следующего.
Информационная программа «Местное время воскресенье» представляет собой телепередачу, региональный выпуск итоговых новостей, освещающий информационные события, происходящие или произошедшие на территории г. Воронежа и Воронежской области.
Поводом для трансляции спорного сюжета стала кража бутылки вина, стоимостью более полумиллиона рублей. По мнению Комиссии, донесение информации именно об указанном происшествии возможно без упоминания вкусовых качеств и процесса производства вина «Petrus».
Кроме того, информационное освещение факта кражи бутылки вина из магазина, возможно без упоминания потребительских качеств алкогольной продукции и создания положительного образа такого магазина.
В спорном сюжете в частности упоминается, что: «Другой такой в регионе нет, и вор это видимо знал...//…, А как раз на кануне редкой маркой интересовался кто-то из Белгорода…//, Такого напитка уверяют в Воронеже не купить…//, Все это время «Petrus» был рубином ассортимента не товаром, а своего рода статусным показателем…//, У коллекционных напитков здесь скоро будет своя комната. Центральное место в ней как-раз и должен был занять «Petrus», но не успел».
По мнению Комиссии, вышеуказанные фразы способны привлечь внимание потенциального потребителя, в том числе, к продавцу алкогольной продукции («Винный дом TOPWINE» (ООО «Хороший Год» ИНН: 3665130460) и способствуют созданию положительной деловой репутации такого хозяйствующего субъекта.
Подробное упоминание о потребительских свойствах вина «Petrus», также способно привлечь внимание потребителей к указанной марке вина.
В соответствии с частью 3 статьи 36 ФЗ «О рекламе», предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе выдается на основании решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей и должно содержать указание о прекращении ее распространения.
На основании части 1 статьи 14, пункта 3 части 2 статьи 21, пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42, 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел,

возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (Утверждены постановлением Правительства Российской Федерации от 24 ноября 2020 г. N 1922), Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространенную ФГУП ВГТРК в лице филиала ФГУП ВГТРК ГТРК «Воронеж» 07.03.2021 г. в эфире телеканалов «Россия 1» и «Россия 24» в телепрограммах «Местное время воскресенье» (время трансляции: 08:14 – 08:34, 13:00 – 13:31 (МСК) следующего содержания:

«Корреспондент: Бутылку вина стоимостью более полумиллиона рублей украли из Воронежского магазина. Другой такой в регионе нет, и вор это видимо знал. На дело шел подготовившись теоритически и практически и спрятав лицо от камеры за медицинской маской, но остался в памяти камер видео наблюдения. Чем уникально украденное вино узнала Евгения Соседко.

Вот она. Самая беспрецедентная Воронежская кража. Вполне солидный и немолодой вор убедившись, что один в зале нагло смотрит в камеру, а после, забрав бутылку, ценой почти пятьсот сорок тысяч рублей, сдвигает другие, чтобы пустоту не заметили. Добычу засовывает под куртку. В вином доме в тот день говорят было многолюдно. Мужчина спросил где туалет. Там видимо перепрятал элитный напиток в сумку. Здесь уверены, вор был не один. В этот момент консультанта настойчиво отвлекали по виду ценители совсем не вин. Преступник четко знал, что брать. А как раз на кануне редкой маркой интересовался кто-то из Белгорода.

<…> – соучредитель винного дома: Скорее всего это был заказ, потому, что исполнитель который непосредственно забрал это вино. Его до этого не было в нашем доме. А он абсолютно уверенно, пройдя во внутрь помещения, подошел к этой витрине, взял бутылку.

Корреспондент: Пропажу заметили на другой день просматривая витрины. Похищен всемирно известный «Petrus». Какого года не раскрывают. Известно только вину больше десятка лет. Такого напитка уверяют в Воронеже не купить. Коллекционное красное привезли из столицы примерно три года назад. Все это время «Petrus» был рубином ассортимента не товаром, а своего рода статусным показателем. На него ходили просто посмотреть. Так совпало, что именно сейчас вино подорожало до почти семисот тысяч рублей.

«Petrus» - это удовольствие в бутылке доступное немногим. Обладает ярким характером и фантастической палитрой аромата и вкуса. Полнотелое насушенное, с бархатистыми сладковатыми таминами и удивительно продолжительным послевкусием. Хорошее сопровождение ягненку на косточке оленине под винным соусом, выдержанным сырам.

Этот напиток из региона Бордо называют не иначе как произведение искусства. Виноград для великого вина растет на голубой глине которой сорок миллионов лет. Собирают его только по ночам и исключительно вручную. В производство идут ягоды определенного размера и формы. Тираж бутылок лимитирован. Имя ему сделали, в том числе, известные критики и VIP персоны.

<…>. Шеф-сомелье винного бара: Тотже самый Джон Кеннеди в шестидесятые годы сказал, что «Petrus» его любимое вино. Плюс «Petrus» уникальный в том, что они например, пропускают некоторые года урожая и такое у них было неоднократно. Потому, что виноград не соответствует определенному уровню качества.

Евгения Соседко: Кражи марочных вин для Французского бордо не редкость. Так позапрошлой осенью грабители ворвались прямо в погреб и похитили свыше сотни коробок на пятьсот тысяч евро. По нынешнему курсу это страшно сказать,

примерно сорок пять миллионов рублей. В Воронеже в плане необычных краж тоже есть чем похвастаться, Из недавнего воровали например автомат с бахилами, деньги из аппарата по розливу воды и зеленую мартышку. Регулярно грабят и секс шопы. Но о посягательствах на элитные вина прежде не сообщалось.

У коллекционных напитков здесь скоро будет своя комната. Центральное место в ней как-раз и должен был занять «Petrus», но не успел. Однако владельцы дома не исключают, вино им могут вернуть. Продать его точно будет проблематично. Полиция возбудила по факту кражи уголовное дело. Ворам грозит до двух лет тюрьмы. При этом по неофициальным данным, речь может идти о серии преступлений. Говорят, в городе примерно в одно время обокрали несколько магазинов с алкоголем».

2. Выдать ФГУП «ВГТРК» в лице филиала ФГУП ВГТРК ГТРК «Воронеж» предписание о прекращении нарушения части 1 статьи 14, пункта 3 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» путем снятия ненадлежащей рекламы с распространения.

3. Передать материалы настоящего дела уполномоченному сотруднику Воронежского УФАС России для возбуждения дела об административных правонарушениях по ч. 2 ст. 14.3 КоАП РФ в отношении ФГУП «ВГТРК» в лице филиала ФГУП ВГТРК ГТРК «Воронеж».

Решение в полном объеме изготовлено 31 мая 2021 года

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

Председатель Комиссии А.В. Логошин

Члены Комиссии О.Г. Козинина

С.А. Лисенко