

Исх. № АЯ-08/825 от 27.01.2021

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан, <...> – (должностное лицо), рассмотрев материалы дела в отношении ИП Тимергалеевой Р.Р. (<...>) и <...> по факту рекламирования алкогольной продукции и её доставки с использованием рекламной конструкции, без сопровождения предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкоголя, что имеет признаки нарушения части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»),

УСТАНОВИЛ:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) поступило обращение от председателя некоммерческой организации «Пивная ассоциация Республики Татарстан» (вх. №14127 от 09.10.2020 г.) по факту рекламирования алкогольной продукции и её доставки с использованием рекламной конструкции, без сопровождения предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкоголя, что имеет признаки нарушения части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»).

К обращению была приложена фотографии рекламной конструкции: «АО «Жигулёвское пиво» Самара... Новый вкус - проверенный временем... Доставка <...>».

Информация, представленная в указанной рекламной конструкции, направлена на привлечение внимания потребителей именно к приобретению пива с помощью доставки.

Рекламодатель в указанной рекламной конструкции распространяет информацию об услуге доставки пива по номеру <...>.

В соответствии с ответом Исполнительного комитета Зеленодольского муниципального района, рекламная конструкция принадлежит – ИП Тимергалеевой Р.Р.

В соответствии с ответом ПАО «МТС», номер <...> указанный в рекламе <...> зарегистрирован на <...>.

Согласно ответу Управления по вопросам миграции Министерства внутренних дел по Республике Татарстан <...>.

Согласно Письму ФАС России от 24.09.2018 N АК/76734/18 «О применении статьи 21 Федерального закона «О рекламе» пункт 3 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» содержит определение товара, согласно которому товар - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В соответствии с частью 1 статьи 455 Гражданского кодекса Российской Федерации товаром по договору купли-продажи могут быть любые вещи, не изъятые из оборота.

Вместе с тем согласно части 3 данной статьи условие договора купли-продажи о товаре считается согласованным, если договор позволяет определить наименование и количество товара.

Кроме того, частью 1 статьи 467 Гражданского кодекса Российской Федерации установлено, что, если по договору купли-продажи передаче подлежат товары в определенном соотношении по видам, моделям, размерам, цветам или иным

признакам (ассортимент), продавец обязан передать покупателю товары в ассортименте, согласованном сторонами.

Таким образом, системный анализ гражданского законодательства Российской Федерации свидетельствует о том, что объектом рекламирования может быть тот товар, предназначенный для продажи или иного введения в гражданский оборот, который можно индивидуализировать, выделить среди однородной группы товаров. Соответственно, реклама товара всегда представляет собой информацию о конкретном товаре, который можно индивидуализировать внутри группы однородных товаров.

Следовательно, в рекламе, содержащей сведения, формирующие интерес к пиву, как напитку, без указания на индивидуализирующие признаки товара, в частности, без конкретных наименований пива, объектом рекламирования алкогольная продукция не выступает.

Однако указание сведений, формирующих интерес к пиву, как напитку, в рекламе, объектом рекламирования которой выступает продавец товаров, позволяет сделать однозначный вывод о том, что объектом рекламирования выступает деятельность такого лица по продаже алкогольной продукции, представляющей собой пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива.

Требования к рекламе алкогольной продукции, в том числе пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, установлены статьей 21 Федерального закона «О рекламе».

При этом в соответствии с частью 4 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» специальные требования и ограничения, установленные данным 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 данным Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

Учитывая изложенное, если распространяется реклама продавца (производителя) алкогольной продукции, в которой отсутствует указание на средства индивидуализации продукции (товарные знаки), используемые для обозначения алкогольной продукции, однако указывается на сведения, формирующие интерес к алкогольной продукции, как напитку, то такая реклама должна соответствовать требованиям статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Согласно части 3 статьи 21 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). На данных листовках предупреждение о вреде чрезмерного употребления алкогольной продукции отсутствует.

Таким образом, информация, распространяемая в выше указанной листовке, нарушает требования части 3 статьи 21 Закона «О рекламе».

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе определено, что 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.

Вышеуказанная рекламная информация содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к товарам, реализуемым соответствующими рекламодателями.

Согласно части 6 и 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение части 3 статьи 21 Закона о рекламе несет как рекламодатель, так и рекламораспространитель. Рекламодателем в данном случае является <...>, а рекламораспространителем ИП Тимергалееву Р.Р. (<...>).

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктом 20 Постановления Правительства РФ от 24.11.2020 N 1922 «Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе»,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу №016/05/21-69/2021 по признакам нарушения части 3 статьи 21 Закона «О рекламе».

2. Рекламодателем признать <...>.

3. Рекламораспространителем признать ИП Тимергалееву Р.Р. (<...>).

3. Назначить дело №016/05/21-69/2021 к рассмотрению на 17 февраля 2021 года в 16 ч. 30 мин. по адресу: г. Казань, ул. Московская, д.55, 2-й этаж, зал заседаний.

4. <...> и ИП Тимергалеевой Р.Р. в срок до 10 февраля 2021 (включительно) представить в Татарстанское УФАС России надлежащим образом заверенные копии следующих документов и материалов (на электронную почту to16@fas.gov.ru с дублированием to16-Zinnatullin@fas.gov.ru) согласно следующему перечню:

– договоры на размещение, распространение и изготовление вышеуказанной рекламы;

– приложения к договорам на размещение вышеуказанной рекламы (при наличии), акты выполненных работ, счета-фактуры, счета на оплату, платежные поручения;

- сведения о лице изготовившее и распространившее рекламу с текстом: «АО «Жигулёвское пиво» Самара... Новый вкус- проверенный временем... Доставка <...>», письменные пояснения данного лица;

- иные документы и сведения.

В случае если какие-либо пункты не реализованы (отсутствуют), указать мотивированную причину отсутствия данных документов или сведений.

При подготовке ответа на данный запрос, просим формировать ответ по пунктно, согласно списку запрашиваемой информации, а также в сопроводительном письме необходимо указать ссылку на исходящий номер <...> указанный в левом верхнем углу первой страницы запроса.

Непредставление в установленный срок сведений по требованию антимонопольного

органа, либо представление заведомо недостоверных сведений (информации) влечёт наложение административного штрафа, предусмотренную частью 5 статьи 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, на граждан в размере от одной тысячи пятисот до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от десяти тысяч до пятнадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от пятидесяти тысяч до пятисот тысяч рублей.

Явка лица, в чьих действиях содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, обязательна.

ВНИМАНИЕ: В целях предотвращения угрозы распространения вируса COVID-19 (коронавирус) Управление рекомендует представлять свои интересы путем направления письменных пояснений, без непосредственного присутствия (по возможности) на заседании, либо подключением к ZOOM. В случае принятия решения о явке на заседание Комиссии просим обязательно обеспечить меры предосторожности и на заседании использовать медицинскую маску (иные средства защиты).

<...> – (должностное лицо)