

ОПРЕДЕЛЕНИЕ О ПРЕКРАЩЕНИИ РАССМОТРЕНИЯ

ДЕЛА №063/05/21-45/2020

28 февраля 2020 года
Самара

г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Самарской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии –<...> .;

Члены Комиссии – <...> .,

<...> .

рассмотрев дело №063/05/21-45/2020, возбужденное в отношении ООО ИД «Руссо и Ко» по заявлению директора ООО «ВЕНТО» П.К.В. по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно, пункта 2.1. статьи 21 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г №38-ФЗ (далее – ФЗ «О рекламе»),

в присутствии представителя:

заявителя – ООО «ВЕНТО» (445028; Самарская область, г. Тольятти, Бульвар Приморский, д.32, кв. 203, ОГРН 1166313157658, ИНН 6321421139, дата внесения в ЕГРЮЛ записи - 29.11.2016, наименование регистрирующего органа - Инспекция Федеральной налоговой службы по Красноглинскому району г. Самары, адрес регистрирующего органа - 443112, г. Самара, ул. Сергея Лазо, д. 2а) – лицо не явилось на заседание, уведомлялось надлежащим образом посредством почтовой связи, что подтверждается списком внутренних почтовых отправок №2 от 29.01.2020 г., чеком ККМ от 29.01.2020 г., отчетом об отслеживании отправления с почтовым идентификатором «44312340288715 с атрибутом «вручение адресату 31.01.2020 г.»;

лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО ИД «РУССО И КО» (445031, Самарская область, г. Тольятти, ул. 70 лет Октября, д. 48, кв. 161, ОГРН 1176313018254, ИНН 6321426360, дата внесения в ЕГРЮЛ записи - 02.03.2017, наименование регистрирующего органа - Инспекция Федеральной налоговой службы по Красноглинскому району г. Самары, адрес регистрирующего органа - 443112, г. Самара, ул. Сергея Лазо, д. 2а) – в лице представителя по доверенности М. О. А. (паспорт <...> доверенность б/н от 16.08.2019), представителя по доверенности В. Ю. С. (паспорт <...> доверенность б/н от

01.07.2019), лицо уведомлялось надлежащим образом посредством почтовой связи, что подтверждается списком внутренних почтовых отправлений №2 от 29.01.2020 г., чеком ККМ от 29.01.2020 г., отчетом об отслеживании отправления с почтовым идентификатором №44312340288722 и атрибутом «вручение адресату 05.02.2020 г.»;

заинтересованного лица – _____

эксперта – _____

переводчика – _____

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Самарской области (далее - Самарское УФАС) поступило заявление о нарушении рекламного законодательства (вх. № 10604 от 26.12.2019 г.) от директора ООО «ВЕНТО» П. К.В.

Так, согласно заявления гражданина, на странице 67 журнала «Наш Тольятти» №4 (16) 2019 г. издателем журнала ООО «ИД «Руссо и Ко» опубликована реклама алкогольной продукции компании FANAGORIA Blanc de Blanc 2017, имеющего крепость в 13%.

По мнению заявителя, данная рекламная информация содержит признаки нарушения рекламного законодательства, а именно, пункта 2.1. статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе»).

Согласно пункту 1 статьи 3 ФЗ «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.

Согласно 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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В рассматриваемой рекламной информации объектом рекламирования является товар (алкогольная продукция).

В соответствии с пунктом 2.1 статьи 21 ФЗ «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.

Согласно сведениям с официального сайта <http://www.fanagoria.ru> – производитель игристого вина Fanagoria «Blanc de Blanc 2017» - ОАО «Агропромышленная фирма «Фанагория» – одно из крупнейших винодельческих предприятий России полного цикла производства. Согласно сведениям с этого же сайта, содержание алкоголя в игристом вине Fanagoria «Blanc de Blanc 2017» составляет 11-13%.

Таким образом, размещение рассматриваемой рекламы алкогольной продукция в журнале «Наш Тольятти» №4(16) 2019 г. содержит признаки нарушения части 2.1. статьи 21 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1,2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Самарское УФАС России определило возбудить производство по делу №063/05/21-45/2020 по признакам нарушения рекламного законодательства, назначить рассмотрение дела на 25 февраля 2020 года.

На рассмотрение дела №063/05/21-45/2020 в установленное время явился представитель ООО ИД «Руссо и Ко» по доверенности М. О. А. (паспорт <...> доверенность б/н от 16.08.2019), представитель по доверенности В. Ю. С. (паспорт <...> доверенность б/н от 01.07.2019), дело рассмотрено в отсутствие заявителя.

В ходе заседания Комиссии рассмотрение дело была оглашена резолютивная часть решения.

Согласно пункту 1 статьи 3 ФЗ «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.

Согласно 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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В рассматриваемой рекламной информации объектом рекламирования является алкогольная продукция.

Согласно письменным пояснениям ООО «ИД «Руссо и Ко» (вх.№ 1221-з от 18.02.2020), общество признает распространяемую в печатном издании информацию рекламой, однако не соглашается с тем, что часть 2.1 статьи 21 ограничивает способы распространения рекламы вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда.

Самарское УФАС России, рассмотрев данные объяснения Общества, приходит к следующему выводу.

В пункте 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 N 171-ФЗ (ред. от 27.12.2019) "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции" определено, что 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), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

В пункте 11 статьи 2 данного ФЗ также определено понятие вина. Так, вино - алкогольная продукция с содержанием этилового спирта от 8,5 (за исключением вина с защищенным географическим указанием или с защищенным наименованием места происхождения) до 16,5 (за исключением столового вина) процента объема готовой продукции, произведенная в результате полного или неполного брожения ягод свежего винограда, виноградного сусла без добавления этилового спирта, а также без добавления (за исключением столового вина) концентрированного виноградного сусла и (или) ректифицированного концентрированного виноградного сусла. Вино с защищенным географическим указанием или с

защищенным наименованием места происхождения может иметь содержание этилового спирта не менее 4,5 процента объема готовой продукции. Содержание этилового спирта в столовом вине не должно превышать 15 процентов объема готовой продукции. При производстве столового вина допускается добавление концентрированного виноградного сусла и (или) ректификованного концентрированного виноградного сусла для увеличения содержания этилового спирта (обогащение) или подслащивания. При обогащении или подслащивании добавление концентрированного виноградного сусла и (или) ректификованного концентрированного виноградного сусла осуществляется в количестве, которое может увеличить содержание этилового спирта в объеме готовой продукции не более чем на 4 процента. При производстве столового вина обогащение осуществляется путем добавления концентрированного виноградного сусла и (или) ректификованного концентрированного виноградного сусла в виноградное сусло, подвергшееся неполному брожению, или в вино, в котором процесс брожения не окончен, а подслащивание - на любой стадии технологического процесса до момента розлива.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе», содержащем требования к рекламе алкогольной продукции в периодических печатных изданиях, реклама алкогольной продукции не должна размещаться в периодических печатных изданиях, за исключением рекламы пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, а также вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда, которая не должна размещаться на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов.

В соответствии с частью 2.1 статьи 21 ФЗ «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.

Положения данных частей статьи 21 ФЗ «О рекламе», касающихся рекламы вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда были внесены Федеральным законом от 31.12.2014 N 490-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции" и внесении изменений в отдельные законодательные

акты Российской Федерации" в качестве мер по продвижению отечественного производителя в условиях экономических санкций в отношении Российской Федерации со стороны западных партнеров.

Соответственно, положения части 2 и 2.1 ФЗ «О рекламе» в части рекламы вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда подлежат применению в совокупности и дополняют друг друга и подлежат расширительному толкованию.

Кроме того, в соответствии с пунктом 7 Письма ФАС России от 25.09.2019 N АК/83509/19 "О разъяснении по вопросу рекламы в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" реклама вина, производимого на территории Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда, допускается в периодических печатных изданиях, за исключением первой и последней полос газет, а также первой и последней страниц и обложек журналов.

Таким образом, положения части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» не ограничивают распространение рекламы вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда в зависимости от содержания этилового спирта в печатных изданиях.

Согласно сведениям с официального сайта, производителя игристого вина Fanagoria «Blanc de Blanc 2017» (Игристое вино защищенного географического указания «Кубань. Таманский полуостров» белое брют выдержанное) <http://www.fanagoria.ru>, ОАО «Агропромышленная фирма «Фанагория» – одно из крупнейших винодельческих предприятий России полного цикла производства. Согласно сведениям с этого же сайта, содержание алкоголя в игристом вине Fanagoria «Blanc de Blanc 2017» составляет 11-13%.

«У предприятия одна из крупнейших в России сырьевых баз – виноградники площадью более 3,4 тыс. га, а также виноградный питомник (600 тыс. привитых саженцев в год). История предприятия началась в 1957 г., когда был основан Сенновский винпункт (с 1963 г. – винно-соковый завод, впоследствии ставший крупнейшим в СССР и 2-м по величине в Европе производителем натуральных виноградных соков). Именно он был поставщиком сортовых виноградных соков для Олимпиады-1980 и Фестиваля молодежи и студентов-1985. На винзавод сырье поставлял винсовхоз «Фанагорийский», занимавшийся выращиванием винограда. В 1992 г. два предприятия объединили, а с 1996 г. преобразовали в ОАО «Агропромышленная фирма «Фанагория».

В связи с вышеизложенным, Самарское УФАС России не находит подтверждений признаков нарушения части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

На основании вышеизложенного и руководствуясь частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Прекратить рассмотрение дела №063/05/21-45/2020 в связи с отсутствием фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Резолютивная часть решения оглашена 26 февраля 2020 г.

Решение изготовлено в полном объеме 28 февраля 2020 г.

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