

РЕШЕНИЕ

ПО ДЕЛУ № 04-6/2-6-2019

Резолютивная часть решения объявлена 24 апреля 2019 года

Решение изготовлено в полном объеме 14 мая 2019 года

г. Тверь

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тверской области (далее – Тверское УФАС России) по рассмотрению дел о нарушениях законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: Посохова Л.В., заместитель руководителя управления,

члены Комиссии:

- Манюгина Е.И., начальник отдела контроля органов власти,
- Соловьев В.Д., специалист-эксперт отдела контроля органов власти,
- Бакулина А.А., специалист 2 разряда отдела контроля органов власти,

рассмотрев дело № 04-6/2-6-2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

в присутствии представителя Общества с ограниченной ответственностью «АЛЬБИОН-2002» (далее – ООО «АЛЬБИОН-2002») Шкаровой И.А. (по доверенности от 28.01.2019 № б/н)

в отсутствие заявителя Т., надлежащим образом уведомленного о дате, времени и месте рассмотрения дела (поступило ходатайство о рассмотрении дела в его отсутствие от 24.04.2019 № б/н),

УСТАНОВИЛА:

Настоящее дело № 04-6/2-6-2019 возбуждено по заявлению Т. (далее – Заявитель) в отношении ООО «АЛЬБИОН-2002» по признакам нарушения части 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) в связи с размещением в оконных проемах здания, в котором расположен магазин «Бристоль» (адрес: Тверская обл., г. Конаково, Торговый проезд, 3) рекламных плакатов с изображением конкретных марок вино-водочной продукции, с нарушением требований законодательства о рекламе.

В магазине, как следует из вывески, размещенной на входной двери, осуществляет деятельность ООО «АЛЬБИОН-2002» (ИНН 5257056036, ОГРН 1025202393677, адрес регистрации: 603002, г. Нижний Новгород, ул. Канавинская, д. 25).

Факт размещения вышеуказанной информации подтвержден приложенными к заявлению фотографиями.

В соответствии с пунктом 6 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденным по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, ФАС России письмом от 26.02.2019 № АК/14218/19 наделила Тверское УФАС России

полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела о рекламе в отношении ООО «АЛЬБИОН-2002».

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе реклама это 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, средство его индивидуализации, 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.

Заявитель указал, что является гражданским активистом регионального штаба ОНФ по Тверской области, и факт размещения рекламы установлен в ходе мониторинга нарушений антиалкогольного и антитабачного законодательства на территории г. Конаково.

Из представленных фотографий следует, что в оконных проемах здания, расположенного по адресу Тверская обл., г. Конаково, Торговый проезд, 3, в котором расположен магазин «Бристоль», размещены плакаты в количестве 4 штук, содержащие изображения алкогольной продукции - вина и шампанского следующих марок: Santa Verona, La Chabotterie, Liebfraumlilch, Rossobaro asti с указанием акционной цены на каждый вид алкогольной продукции.

В нижней части каждого из четырех плакатов расположена надпись о вреде чрезмерного употребления алкоголя.

Размещенная информация по своему содержанию привлекает внимание неопределенного круга лиц к конкретной алкогольной продукции – вину марок: Santa Verona, La Chabotterie, Liebfraumlilch, Rossobaro asti, формирует и поддерживает интерес к этому товару, тем самым способствует его продвижению на рынке, что по всем признакам соответствует понятию рекламы.

Согласно пункту 7 статьи 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» (далее Закон № 171-ФЗ) под алкогольной продукцией понимается 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 соответствии с частью 11 Закона № 171-ФЗ 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) ректификованного 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, подвергнутое неполному брожению, или в вино, в котором процесс брожения не окончен, а подслащивание - на любой стадии технологического процесса до момента розлива.

Согласно части 2.1 статьи 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. В иных местах распространение рекламы такой продукции не допускается.

Из данной нормы следует, что реклама объемной долей этилового спирта более 5 % должна быть размещена таким образом, чтобы быть направленной непосредственно на потребителей, находящихся внутри отделов продаж данной продукции.

Размещенная в оконных проемах реклама крепкого спиртного напитка (вина) адресована потребителям, находящимся вне отдела продажи алкоголя, и формирует интерес к алкогольным напиткам с объемной долей этилового спирта более 5 % лиц, не находящихся в помещении магазина «Бристоль».

Письмом от 05.04.2019 № 284 ООО «АЛЬБИОН-2002», а также на заседании Комиссии представитель ООО «АЛЬБИОН-2002» пояснили, что реклама с изображением алкогольной продукции – вина и шампанского следующих марок: Santa Verona, La Chabotterie, Liebfraumilch, Rossobaro asti распространялась в период с 15.12.2018 по 05.02.2019 и размещалась внутри торгового зала. Факт размещения данных рекламных плакатов в оконных проемах ООО «АЛЬБИОН – 2002» ставит под сомнение.

Однако, фотографии свидетельствуют о том, что вышеуказанные рекламные материалы размещались в оконных проемах с помощью липкой прозрачной ленты; при этом из фотографий следует, что рекламные плакаты размещались именно на здании магазина «Бристоль» (фотографии сделаны в привязке к зданию, в котором расположен магазин в светлое время суток).

Учитывая вышеизложенное у Комиссии отсутствуют основания полагать, что вышеуказанная реклама отсутствовала в оконных проемах магазина «Бристоль», расположенного по адресу Тверская обл., г. Конаково, Торговый проезд, 3.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований части 2.1 статьи 21 несет рекламораспространитель.

Согласно статьи 3 Закона о рекламе рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств

В данном случае рекламораспространителем является ООО «АЛЬБИОН-2002» (адрес регистрации: 603002, г. Нижний Новгород, ул. Канавинская, д. 25, ИНН 5257056036, ОГРН 1025202393677), которое осуществляет коммерческую деятельность в здании, в оконных

проемах которого размещались плакаты с изображением алкогольной продукции.

Таким образом, действия ООО «АЛЬБИОН-2002» по размещению рекламы алкогольной продукции в оконных проемах магазина «Бристоль», находящегося по адресу: Тверская обл., г. Конаково, Торговый проезд, 3 совершены с нарушением части 2.1 статьи 21 Закона о рекламе.

В связи с устранением нарушения до даты рассмотрения дела отсутствуют основания для выдачи ООО «АЛЬБИОН – 2002» предписания об устранении нарушения законодательства о рекламе.

Руководствуясь частью 2.1 статьи 21, пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия Тверского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу алкогольной продукции, размещенную в оконном проеме магазина «Бристоль», находящегося по адресу: Тверская обл., г. Конаково, Торговый проезд, 3 ненадлежащей; признать действия ООО «АЛЬБИОН-2002» (ИНН 5257056036, ОГРН 1025202393677) при размещении вышеуказанной рекламы алкогольной продукции нарушающими требования части 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе ООО «АЛЬБИОН-2002» не выдавать в связи с добровольным устранением совершенного нарушения до принятия решения по настоящему делу.

3. Передать материалы дела № 04-6/2-6-2019 уполномоченному должностному лицу Тверского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии :А.В. Посохова

Члены Комиссии: Е.И. Манюгина, В.Д. Соловьев, А.А. Бакулина

исп: Бакулина А.А (4822) 32-15-42