

РЕШЕНИЕ

ПО ДЕЛУ № 04-6/2-3-2018

Резолютивная часть решения объявлена 27 апреля 2018 года
г. Тверь

Решение изготовлено в полном объеме 11 мая 2018 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тверской области (далее – Комиссия) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

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

члены Комиссии:

- Соловьев В.Д., специалист-эксперт отдела контроля органов власти,
- Васильева Ю.О, специалист 1 разряда отдела контроля органов власти,

рассмотрев дело № 04-6/2-3-2018 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы алкогольной продукции у входа в трактир «Русское подворье»,

в отсутствие представителей ООО «ОТОН», надлежащим образом извещенных о дате, времени и месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

У входа в трактир «Русское подворье» по адресу: г. Тверь, <***> установлен факт размещения на выносном штендере рекламы следующего содержания:

«РУССКОЕ ПОДВОРЬЕ

..Т...Р...А..К...Т...И...Р..

Только в трактире

Водка

400 руб./0,5л.

Вино (красное, белое)

400 руб./0,7 л.».

С другой стороны штендера размещена реклама следующего содержания:

«РУССКОЕ ПОДВОРЬЕ

..Т...Р...А..К...Т...И...Р..

Пиво

«Жигулевское»

(разливное)

88 руб./0,5л.»

Факт размещения вышеуказанного штендера и содержание размещенной на нем информации зафиксирован актами Тверского УФАС России от 23.01.2018, 30.03.2018 и 27.04.2018 и подтверждается приложенными фотографиями.

Трактир «Русское подворье» перед входом, в который размещен вышеуказанный штендер, принадлежит ООО «ОТОН» (<***> ИНН - 6950075502), которое на основании лицензии от <***> № <***> осуществляет розничную продажу алкогольной продукции.

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.

Размещенная на штендере информация по своему содержанию привлекает внимание неопределенного круга лиц к конкретному товару – пиву «Жигулевскому», а также водке и вину, формирует и поддерживает интерес к этому товару, тем самым способствует его продвижению на рынке, что по всем признакам соответствует понятию рекламы.

Согласно части 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) алкогольной является 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, сидр, пуаре, медовуха.

В соответствии с частью 13.1 статьи 2 Закона № 171-ФЗ пиво - алкогольная продукция с содержанием этилового спирта, образовавшегося в процессе брожения пивного сусла, которая произведена из пивоваренного солода, хмеля и (или) полученных в результате переработки хмеля продуктов (хмелепродуктов), воды с использованием пивных дрожжей, без добавления этилового спирта, ароматических и вкусовых добавок. Допускается частичная замена пивоваренного солода зерном, и (или) продуктами его переработки (зернопродуктами), и (или) сахаросодержащими продуктами при условии, что их совокупная масса не превышает 20 процентов массы заменяемого пивоваренного солода, а масса сахаросодержащих продуктов не превышает 2 процентов массы заменяемого пивоваренного солода.

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).

Указанная реклама не содержит предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции, что свидетельствует о нарушении части 3 статьи 21 Закона о рекламе, согласно которой реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде чрезмерного потребления (размер предупреждения не менее 10% от объема рекламы).

Согласно пункту 1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными

судами Федерального закона «О рекламе» 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, является рекламой и должна в связи с этим отвечать требованиям, предъявляемым Законом о рекламе.

Согласно части 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно частям 6 и 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных частью 3 статьи 21 Закона о рекламе, несет как рекламодатель, так и рекламораспространитель.

На основании статьи 3 закона о рекламе рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В данном случае ООО «ОТОН» является рекламодателем и рекламораспространителем рекламы алкогольной продукции, поскольку реклама размещена в непосредственной близости к зданию, в котором расположен трактир «Русское подворье».

ООО «ОТОН», будучи надлежащим образом уведомленным о дате, времени и месте рассмотрения дела, затребованные от него документы и сведения не представило, позицию на дату размещения рекламы не выразило.

На дату рассмотрения настоящего дела установлено, что реклама на выносном щтендере, находящаяся у входа в трактир «Русское подворье», продолжает распространяться.

Таким образом, ООО «ОТОН» при размещении в период с 23.01.2018 по 27.04.2018 рекламы алкогольной продукции, которая не сопровождалась предупреждением о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции, совершило нарушение части 3 статьи 21 Закона о рекламе.

Руководствуясь частью 3 статьи 21, пунктом 1 части 2 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

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу алкогольной продукции, размещенную в период с 23.01.2018 по 27.04.2018 у входа в трактир «Русское подворье» ненадлежащей; признать действия ООО «ОТОН» (<***> ИНН - 6950075502), при распространении рекламы алкогольной продукции у входа в трактир «Русское подворье» нарушающими часть 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 - ФЗ «О рекламе».
2. Выдать ООО «ОТОН» (<***> ИНН - 6950075502) предписание о прекращении нарушения части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» при распространении вышеуказанной рекламы.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тверского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных

правонарушениях в отношении рекламодача и рекламодателя вышеуказанной рекламы – ООО «ОТОН».

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

Председатель Комиссии: Л.В. Посохова

Члены Комиссии: В.Д. Соловьев, Ю.О. Васильева

ПРЕДПИСАНИЕ

ПО ДЕЛУ № 04-6/2-3-2018

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

11 мая 2018 г.
Тверь

г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тверской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

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

члены Комиссии:

Соловьев В.Д., специалист-эксперт отдела контроля органов власти,

Васильева Ю.О., специалист 1 разряда отдела контроля органов власти,

на основании решения от 11.05.2018 по делу № 04-6/2-3-2018 и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частей 1 и 3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО «ОТОН» (<***> ИНН - 6950075502), в **10-дневный срок** со дня получения настоящего предписания прекратить распространение рекламы алкогольной продукции у входа в трактир «Русское подворье», обеспечить соблюдение требований часть 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. ООО «ОТОН» (<***> ИНН - 6950075502) представить в Тверское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **в срок до 25.05.2018 либо в течение десяти дней со дня исполнения настоящего предписания.**

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ФАС России вправе в соответствии с [пунктом 2.4 статьи 19.5](#) Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном [статьей 198](#) Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации. Обжалование в судебном порядке настоящего предписания не приостанавливает его исполнение.

Председатель Комиссии: Л.В. Посохова

Члены Комиссии: В.Д. Соловьев, Ю.О. Васильева