

**ФЕДЕРАЛЬНАЯ
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА**

Лицо, в действиях которого
содержатся признаки нарушения
законодательства о рекламе:

**УПРАВЛЕНИЕ
Федеральной антимонопольной
службы
по Псковской области**

ООО «Д»

<...> Псковская обл., 180559

<...> г. Псков, 180025

ул. Кузнецкая, 13, г. Псков, 180017

тел./факс (8112) 66-55-53

e-mail: to60@fas.gov.ru

_____ № _____

на № _____ от _____

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 060/05/5-381/2019

Резолютивная часть оглашена 11 июня 2020 года

В полном объеме решение изготовлено 25 июня 2020 года

Комиссия Псковского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Заместитель председателя Комиссии:

<...>– заместитель руководителя - начальник отдела товарных рынков и естественных монополий Псковского УФАС России;

Члены Комиссии:

<...>– главный специалист-эксперт отдела товарных рынков и естественных монополий Псковского УФАС России;

<...>– ведущий специалист-эксперт отдела контроля закупок, антимонопольного контроля органов власти и рекламы Псковского УФАС России,

рассмотрев материалы дела № **060/05/5-381/2019**, по факту распространения в социальной сети Instagram на странице <https://www.instagram.com/kubwin60/> рекламы алкогольной продукции - вина, пива, коньяка, водки

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Управлением Федеральной антимонопольной службы (далее – Псковское УФАС России) установлен факт распространения в социальной сети Instagram на странице <https://www.instagram.com/kubwin60/> рекламы алкогольной продукции - вина, пива, коньяка, водки.

При осмотре страницы <https://www.instagram.com/kubwin60/> в социальной сети Instagram Псковским УФАС России обнаружено распространение рекламы алкогольной продукции с указанием средств индивидуализации продукции: вин «Абрау Дюрсо» и «Батоно», винного напитка «Аморе Аппассионато», коньяка «Легенды Ай-Петри» и «Троекуров», кубанского живого пива от «Кропоткинского пивоваренного завода» и бутылочного пива «Чешское» и «Шумерское», водки от бренда «Самогарь» с графическим изображением самих товаров (скриншоты прилагаются) (акт осмотра б/н от 11.12.2019).

Определением Псковского УФАС России от 11.12.2019 № 4838/МВ возбуждено

дело в отношении ООО «Д» (<...>) по признакам нарушения п. 3 ч. 5 ст. 5, п. 6 ч. 1, п. 8 ч. 2, ч. 3 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

Сведений, запрошенных в определении, в адрес Псковского УФАС России от ООО «Д» не представлено.

Согласно п.7 ст. 2 Федерального закона от 22.11.1995 N 171-ФЗ "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» 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;

Согласно статье 3 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе») под рекламой понимается 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.

Информация о винах, пиве, коньяке и водке определенных марок, распространенная в социальной сети Instagram на странице <https://www.instagram.com/kubwin60/>, отвечает всем признакам рекламы в соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе и является рекламой алкогольной продукции.

Согласно пункту 8 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

В соответствии с Письмом ФАС России от 25.09.2019 N АК/83509/19 "О разъяснении по вопросу рекламы в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", информация о производимых или реализуемых товарах (оказываемых услугах), размещенная на сайте производителя или продавца данных товаров (лица, оказывающего данные услуги), если указанные сведения предназначены для информирования посетителей сайта об ассортименте товаров (услуг), правилах пользования, а также непосредственно о продавце, производителе товара или лице,

оказывающем услуги и т.п. не является рекламой, следовательно, на такую информацию положения Федерального закона "О рекламе" не распространяются.

В тех случаях, когда размещаемая на сайте информация направлена не столько на информирование потребителей о деятельности организации или реализуемых товарах, сколько на выделение определенных товаров или самой организации среди однородных товаров, организаций (например, в виде всплывающего баннера), такая информация может быть признана рекламой.

Реклама вышеуказанных алкогольных напитков распространяется в Интернете в социальной сети Instagram по ссылке: <https://www.instagram.com/kubwin60/>. Соответственно указанная реклама размещается в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

В силу пункта 6 части 1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

В соответствии с пунктом 3 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» в рекламе не допускается демонстрация процессов курения и потребления алкогольной продукции.

При этом, к признакам демонстрации процесса потребления алкогольной продукции, в первую очередь, относится показ в рекламе человека, пьющего алкогольную продукцию, держащего в руках бокал, стакан, кружку и т.п. с алкогольной продукцией, открытую бутылку, бочку, пакет, банку для алкогольной продукции.

Псковским УФАС России установлено, что на интернет-странице: <https://www.instagram.com/kubwin60/> размещается рекламная информация алкогольной продукции (вина) с использованием двух женских образов, на одном из них девушка держит в руках бокал, наполненный напитком красного цвета, а на другом – демонстрация процесса потребления алкогольной продукции; а также показан процесс наполнения бокала жидкостью красного цвета, похожей на вино, что в совокупности с сопутствующей информацией об алкогольной продукции на интернет-странице указывает на демонстрацию процесса потребления именно алкогольной продукции (вина) с использованием образа человека и противоречит требованиям пункта 3 части 5 статьи 5, пункта 6 части 1 статьи 21 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 3 статьи 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде её чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

В вышеуказанной рекламе алкогольной продукции: вин «Абрау Дюрсо» и «Батоно», винного напитка «Аморе Аппассионато», коньяка «Легенды Ай-Петри» и «Троекуров», кубанского живого пива от «Кропоткинского пивоваренного завода» и бутылочного пива «Чешское» и «Шумерское», водки от бренда «Самогарь» отсутствует предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкоголя, что является нарушением части 3 статьи 21 Закона о рекламе.

Учитывая изложенное, Комиссия пришла к следующему выводу: в рассматриваемой рекламе алкогольной продукции содержатся признаки нарушения п. 3 ч. 5 ст. 5, п. 6 ч. 1, п. 8 ч. 2, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

В силу статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных п. 3 ч. 5 ст. 5, п. 6 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе несет рекламодаделец, ответственность за нарушение требований, установленных п. 8 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе несет рекламодатель, ответственность за нарушение требований, установленных ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе несет рекламодаделец и рекламодатель.

В соответствии с пунктом 5 и 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламоделем и рекламодателем вышеуказанной рекламы является ООО «Д» (<...>), как лицо, определившее объект рекламирования и осуществляющее распространение рекламы посредством размещения в социальной сети Instagram на странице <https://www.instagram.com/kubwin60/> рекламы алкогольной продукции - вина, пива, коньяка, водки.

Порядок выдачи антимонопольным органом предписаний о прекращении нарушения требований законодательства Российской Федерации о рекламе установлен Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508 (далее - Правила).

Согласно пункту 44 Правил при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу, обязанному устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь статьями 1, 3, 21 и 38 Федерального закона «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 РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия Псковского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей размещенную в социальной сети Instagram на странице <https://www.instagram.com/kubwin60/> рекламы алкогольной продукции - вина, пива, коньяка, водки
2. Выдать ООО «Д» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы уполномоченному должностному лицу Псковского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 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.

Заместитель председателя Комиссии

_____<...>

Члены Комиссии:

_____<...>

_____<...>