

РЕШЕНИЕ

по делу № 06-11/83-17

Оглашена резолютивная часть 13 ноября 2017 года

Изготовлено в полном объеме 23 ноября 2017 года

г. Томск

Комиссия Томского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председателя - Шевченко Владимира Ивановича, руководителя
комиссии: управления,

- Сакс Натальи Валентиновны, начальника отдела
контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и
адвокатирования,

членов комиссии:

- Мостовой Ксении Владимировны, специалиста-
эксперта отдела контроля рекламы,
недобросовестной конкуренции и адвокатирования,

- Пятериковой Евгении Андреевны, специалиста-
эксперта отдела контроля рекламы,
недобросовестной конкуренции и адвокатирования,

рассмотрев материалы дела № 06-11/83-17 по признакам нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ (далее – Закон о рекламе) по факту распространения рекламы алкогольной продукции (вина игристого), в присутствии представителя ООО «Розница К-1» - Б.,

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления полномочий по надзору за соблюдением законодательства о рекламе выявлены признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, которые выразились в следующем.

На витрине супермаркета «МАРИЯ-РА», расположенного по адресу: г. Томск, пр. Ленина, 105, размещена реклама алкогольной продукции следующего содержания: «ВЫГОДА ЗДЕСЬ! 349,00 Вино игристое «Шарль Гриффон» белое п/сл. 0,75» с выставленными бутылками предлагаемого к продаже игристого вина, доступная для обозрения прохожих с наружной стороны магазина, что подтверждается актами осмотра наружной рекламы от 21.09.2017, 25.09.2017.

По данному факту определением от 27.09.2017 возбуждено производство по настоящему делу по признакам нарушения п. п. 5, 6 ч. 2, ч. ч. 2.1, 3 ст. 21 Закона о рекламе.

Согласно пояснениям представителя ООО «Розница К-1» реклама вина игристого «Шарль Гриффон» белое п/сл. 0,75 размещена директором

магазина № 770, расположенного по адресу: г. Томск, пр. Ленина, 105, в нарушение исполнения приказа директора ООО «Розница К-1» № 132 от 31.01.2017, согласно которому реклама алкогольной продукции размещается с соблюдением требований п. п. 5, 6 ч. 2, ч. ч. 2.1, 3 ст. 21 Закона о рекламе.

Рассмотрев материалы дела, пояснения лица, участвующего в деле, Комиссия считает установленным следующее.

В соответствии с п. 1 ст. 3 Закона о рекламе 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; 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.

Информация об алкогольной продукции, а именно о вине игристом «Шарль Гриффон» белое п/сл. 0,75» с указанием цены товара, а также надписи, привлекающей внимание потребителя «ВЫГОДА ЗДЕСЬ!», размещенная на витрине супермаркета «МАРИЯ-РА», расположенного по адресу: г. Томск, пр. Ленина, 105, адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к указанному магазину, а также реализуемой в нем алкогольной продукции (вину игристому «Шарль Гриффон» белое п/сл. 0,75), формирование и поддержание интереса к ним, а также их продвижение на рынке, следовательно, является рекламой. Объектом рекламирования является супермаркет «МАРИЯ-РА», а также реализуемая в нем продукция – вино игристое «Шарль Гриффон» белое п/сл.

Таким образом, требования Закона о рекламе распространяются на содержание указанной информации, на обстоятельства ее распространения.

Согласно п. 7 ст. 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» 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), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива.

В соответствии с п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций),

монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

В силу п. 6 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции не должна размещаться в детских, образовательных, медицинских, санаторно-курортных, оздоровительных, военных организациях, театрах, цирках, музеях, домах и дворцах культуры, концертных и выставочных залах, библиотеках, лекториях, планетариях и на расстоянии ближе чем сто метров от занимаемых ими зданий, строений, сооружений

На основании ч. 2.1 ст. 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.

Согласно ч. 3 ст. 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).

Рассматриваемая реклама алкогольной продукции размещена на витрине супермаркета «МАРИЯ-РА», расположенного по адресу: г. Томск, пр. Ленина, 105, и доступна для обозрения с наружной стороны здания, в том числе и для лиц несовершеннолетнего возраста, поскольку находится на расстоянии ближе чем сто метров от расположенного вблизи Томского музыкального колледжа имени Э.В. Денисова (г. Томск, пр. Ленина, 109). Кроме того, крепость алкогольного продукта, реклама которого размещена на витрине указанного супермаркета и доступна для обозрения с наружной стороны здания вне стационарного торгового объекта, в котором данный продукт (вино игристое «Шарль Гриффон» белое п/сл. 0,75) реализуется, составляет 10,5%, при этом предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции отсутствует.

Таким образом, рассматриваемая реклама алкогольной продукции – вина игристого «Шарль Гриффон» белое п/сл. 0,75 размещена на витрине супермаркета «МАРИЯ-РА» с нарушением требований п. п. 5, 6 ч. 2, ч. ч. 2.1, 3 ст. 21 Закона о рекламе.

Согласно п. 4 ст. 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства, является ненадлежащей.

В соответствии с ч. 4 ст. 38 Закона о рекламе нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Согласно ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение ч. ч. 2-5

ст. 21 Закона о рекламе несет рекламораспространитель.

Согласно представленным документам и сведениям, а также пояснениям лица, участвующего в рассмотрении дела, рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ООО «Розница К-1» (656049, г. Барнаул, ул. Мерзликина, 5, ОГРНИП: 1052242262478, ИНН: 2225074005), сотрудник которого разместил указанную рекламу.

В рамках рассмотрения дела документального подтверждения о прекращении распространения рассматриваемой рекламы алкогольной продукции не представлено, имеются основания для выдачи предписания.

Комиссия Томского УФАС России, руководствуясь ч. 2 ст. 36 Закона о рекламе, п. 37 - п. 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу алкогольной продукции, размещенную на витрине супермаркета «МАРИЯ-РА», расположенного по адресу: г. Томск, пр. Ленина, 105, с информацией следующего содержания: «ВЫГОДА ЗДЕСЬ! 349,00 Вино игристое «Шарль Гриффон» белое п/сл. 0,75» с выставленными бутылками предлагаемого к продаже игристого вина, поскольку в ней нарушены требования п. п. 5, 6 ч. 2, ч. ч. 2.1, 3 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Выдать ООО «Розница К-1» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Томского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 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.