

ООО «АМ ТАМБОВ»

ул. Советская, д. 85/12, оф. 2

г. Тамбов, 392000

ООО «Управляющая Компания «АМ Центр»

Береговой проезд, д. 5 стр. 1

г. Москва, 121087

ООО «Арома Маркет»

Береговой проезд, д. 5 стр. 1

г. Москва, 121087

РЕШЕНИЕ № Р-77/14

Резолютивная часть решения объявлена 28 мая 2015 года.

Решение изготовлено в полном объеме 5 июня 2015 года.

г. Тамбов

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

председатель Комиссии – руководитель Гречишникова Е.А.,

члены Комиссии – начальник отдела регулирования деятельности естественных монополий и рекламного контроля Мурзин К.И., главный специалист-эксперт отдела регулирования деятельности естественных монополий и рекламного контроля Заботнова Т.В., ведущий специалист-эксперт отдела регулирования деятельности естественных монополий и рекламного контроля Кузнецова К.С.,

рассмотрев дело № Р-77/14 по признакам нарушения пункта 6 части 1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе») по факту распространения рекламы алкогольной продукции с использованием образов животных,

в отсутствие представителей ООО «АМ ТАМБОВ», ООО «Управляющая Компания «АМ Центр», ООО «Арома Маркет», извещенных надлежащим образом,

руководствуясь пунктами 28, 41 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Правила рассмотрения дел),

У С Т А Н О В И Л А:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Тамбовской области было установлено, что в октябре 2014 года в винном супермаркете «Ароматный мир», расположенном по адресу: г. Тамбов, ул. Советская, д. 158, распространялись рекламные журналы под товарным знаком «Ароматный мир» «Виски и его разновидности», предназначенные для распространения только в розничной сети винных супермаркетов «Ароматный мир», в которых на четвертой станции размещалась реклама акции следующего содержания: «Винные супермаркеты «Ароматный мир» 1+1=3. Три бутылки по цене двух. Столовые вина лучших Европейских производителей! Borgo al Sole /Италия 499 р. за набор» с изображением четырех бутылок вина Borgo al Sole и образа совы.

Поскольку в вышеуказанной рекламе использовался образ совы, в данной рекламе усматривались признаки нарушения пункта 6 части 1 статьи 21 Закона «О рекламе».

Хозяйствующим субъектом, осуществляющим торговую деятельность в винном супермаркете «Ароматный мир» по адресу: г. Тамбов, ул. Советская, д. 158, является ООО «АМ ТАМБОВ» (ОГРН 1136829006280, адрес: 392000, г. Тамбов, ул. Советская, д. 85/12, оф. 2).

По признакам нарушения пункта 6 части 1 статьи 21 Закона «О рекламе» в отношении ООО «АМ ТАМБОВ» возбуждено настоящее дело.

Письмом от 20.11.2014 ООО «АМ ТАМБОВ» сообщило, что не заключало договоры на изготовление и распространение данной рекламы, а письмами от 12.12.2014 и от 19.01.2015 сообщило, что в магазинах общества отсутствует реклама с использованием образов животных.

На рассмотрении дела (25.11.2014) представитель ООО «АМ ТАМБОВ» сообщил, что все рекламные материалы предоставляет ООО «Управляющая Компания «АМ Центр».

Определением от 29.01.2015 к участию в рассмотрении дела в качестве заинтересованного лица привлечено ООО «Управляющая Компания «АМ Центр».

ООО «Управляющая Компания «АМ Центр» письмом от 27.02.2015 сообщило, что в магазинах розничной продажи алкогольной продукции в присутствии законного представителя ООО «АМ ТАМБОВ» не составлялся акт об изъятии образца рекламы с признаками нарушения Закона « О рекламе». ООО «Управляющая Компания «АМ Центр» самостоятельно не изготавливает и не заключает договоров на изготовление рекламной продукции. В магазинах общества ООО «АМ ТАМБОВ» отсутствует реклама с использованием образов животных.

На рассмотрении дела (12.03.2015) присутствовал представитель ООО «Управляющая Компания «АМ Центр» <...>, который подтвердил представленные ранее пояснения и представил на обозрение Комиссии журнал «Ароматный мир» «Осенняя палитра», который распространялся в магазинах «Ароматный мир» согласно условиям договора № 0107К от 01.07.2014, заключенного между ООО «Управляющая Компания «АМ Центр» и ООО «Арома Маркет» (с журнала «Осенняя палитра» и договора № 0107К от 01.07.2014 сняты копии, которые приобщены к материалам дела).

В результате изучения журнала «Ароматный мир» «Осенняя палитра» Комиссией Тамбовского УФАС России установлено распространение следующей рекламы алкогольной продукции, содержащей признаки нарушения пункта б части 1 статьи 21 Закона «О рекламе»:

1) «Купи винтажный Balblair – выиграй винтажный Rolex! Сеть «АМ» объявляет конкурс для постоянных клиентов – любителей односолодового виски! 10 держателей дисконтных карт, совершивших максимальные покупки винтажного виски Balblair в период с 1 января по 15 ноября 2014 года, будут приглашены на ужин с директором винокурни Balblair г-ном Джоном МакДональдом. На ужине будут разыграны редкие винтажные виски Balblair, разлитые вручную и подписанные Джоном, специально для этого события. Главный приз, ожидающий поклонников – винтажные часы Rolex GMT, которые также будут разыграны во время ужина!» Указанная реклама сопровождалась изображением бутылок виски Balblair, часов Rolex и фотографией мужчины.

2) «Сидр Монт Сант Мишель Франция 0,75 ГРУШЕВЫЙ Сладкий натуральный 3%, СЛАДКИЙ Сладкий натуральный 2%, СУХОЙ Сухой натуральный 4,5% - 348р. 299 р.*» с изображением бутылок Cidre «Mont St Michel» и образа льва.

3) «Вино ГЕВЮРЦТРАМИНЕР ВОЛЬФБЕРЖЕ Франция, Эльзас Белое полусухое 13%, 0,75 Это вино характеризуется бледно-желтым цветом с золотистыми отблесками. Аромат белых фруктов с пряными нотами. Сбалансированный вкус с тонами специй. Прекрасно сочетается с азиатской кухней, сырами, фруктовыми тортами. Вино РИСЛИНГ ВОЛЬФБЕРЖЕ Франция, Эльзас Белое сухое 12%, 0, 75, Цвет: сверкающий. Аромат: ...Вкус...» с изображением бутылок вина ГЕВЮРЦТРАМИНЕР ВОЛЬФБЕРЖЕ, РИСЛИНГ ВОЛЬФБЕРЖЕ и образа волка.

Определением от 12.03.2015 к участию в рассмотрении дела № Р-77/14 в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечено ООО «Арома Маркет».

Кроме того, установлено, что по условиям договора № 0107К от 01.07.2014 журнал «Осенняя палитра» распространяется на территории нескольких субъектов Российской Федерации, в том числе: Воронежская область, Рязанская область, Тамбовская область и др.

В соответствии с пунктом 5 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства РФ от 17 августа 2006 года № 508 (далее – Правила), в случае если до возбуждения дела или в ходе его рассмотрения будет установлено, что реклама, содержащая признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, распространяется на территории, подведомственной двум и более территориальным органам Федеральной антимонопольной службы, выявивший такое нарушение территориальный орган Федеральной антимонопольной службы ходатайствует перед Федеральной антимонопольной службой о наделении его полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела.

Тамбовское УФАС России ходатайствовало перед ФАС России о наделении полномочиями на рассмотрение дела № Р-77/14 по признакам нарушения ООО «АМ ТАМБОВ», ООО «Управляющая Компания «АМ Центр», ООО «Арома Маркет» пункта 6 части 1 статьи 21 Закона «О рекламе».

Письмом от 10.04.2015 Федеральная антимонопольная служба России наделила Тамбовское УФАС России полномочиями на рассмотрение дела № Р-77/14 в отношении ООО «АМ ТАМБОВ», ООО «Управляющая Компания «АМ Центр», ООО «Арома Маркет».

ООО «Арома Маркет» письмом от 14.05.2015 сообщило, что заключенный 01.07.2014 между ООО «Управляющая Компания «АМ Центр» и ООО «Арома Маркет» договор № 0107К на распространение рекламных материалов в принадлежащих ООО «Управляющая Компания «АМ Центр» магазинах, работающих под товарным знаком «Ароматный мир», расторгнут сторонами 10.07.2014 по причине отказа ООО «Арома Маркет» от услуг ООО «Управляющая Компания «АМ Центр» как исполнителя и оптимизации расходов компании, в связи с чем, услуги по данному договору оказаны не были. Журналы под товарным знаком «Ароматный мир», «Осенняя палитра», «Виски и его разновидности» не издавались и не распространялись ООО «Арома Маркет» в целях рекламы.

ООО «АМ ТАМБОВ» и ООО «Арома Маркет» в лице представителя по доверенности <..> письмом от 20.05.2015 дополнительно сообщили, что журнал, имеющийся в материалах дела, не соответствует журналу, представленному на обозрение Комиссии представителем общества, таким образом, факт использования образа совы, не подтвердился.

На рассмотрение дела представители ООО «АМ ТАМБОВ», ООО «Управляющая Компания «АМ Центр», ООО «Арома Маркет» не явились, извещены надлежащим образом.

Проанализировав материалы дела, Комиссия пришла к следующим выводам.

В октябре 2014 года в винном супермаркете «Ароматный мир», расположенном по адресу: г. Тамбов, ул. Советская, д. 158, распространялись рекламные журналы под товарным знаком «Ароматный мир» «Виски и его разновидности», предназначенные для распространения только в розничной сети винных супермаркетов «Ароматный мир», в которых на четвертой станции размещалась реклама акции следующего содержания: «Винные супермаркеты «Ароматный мир» 1+1=3. Три бутылки по цене двух. Столовые вина лучших Европейских производителей! Borgo al Sole /Италия 499 р. за набор» с изображением четырех бутылок вина Borgo al Sole и образа совы.

На обозрение Комиссии представлен журнал «Ароматный мир» «Осенняя палитра», распространявшийся в сети магазинов «Ароматный мир», который содержит следующую информацию:

- 1) «Купи винтажный Balblair – выиграй винтажный Rolex! Сеть «АМ» объявляет конкурс для постоянных клиентов – любителей односолодового виски! 10 держателей дисконтных карт, совершивших максимальные покупки винтажного виски Balblair в период с 1 января по 15 ноября 2014 года, будут приглашены на ужин с директором винокурни Balblair г-ном Джоном МакДональдом. На ужине будут разыграны редкие винтажные виски Balblair, разлитые вручную и подписанные Джоном, специально для этого события. Главный приз, ожидающий поклонников – винтажные часы Rolex GMT, которые также будут разыграны во время ужина!» Указанная реклама сопровождалась изображением бутылок вискии Balblair, часов Rolex и фотографией мужчины.
- 2) «Сидр Монт Сант Мишель Франция 0,75 ГРУШЕВЫЙ Сладкий натуральный 3%, СЛАДКИЙ Сладкий натуральный 2%, СУХОЙ Сухой натуральный 4,5% - 348р. 299 р.*» с изображением бутылок Cidre «Mont St Michel» и образа льва.
- 3) «Вино ГЕВЮРЦТРАМИНЕР ВОЛЬФБЕРЖЕ Франция, Эльзас Белое полусухое 13%, 0,75 Это вино характеризуется бледно-желтым цветом с золотистыми отблесками. Аромат белых фруктов с пряными нотами. Сбалансированный вкус с тонами специй. Прекрасно сочетается с азиатской кухней, сырами, фруктовыми тортами. Вино РИСЛИНГ ВОЛЬФБЕРЖЕ Франция, Эльзас Белое сухое 12%, 0, 75, Цвет: сверкающий. Аромат: ...Вкус...» с изображением бутылок вина ГЕВЮРЦТРАМИНЕР ВОЛЬФБЕРЖЕ, РИСЛИНГ ВОЛЬФБЕРЖЕ и образа волка.

Согласно статье 3 Закона «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.

При этом объект рекламирования – это 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.

В указанной информации содержится указание на объект рекламирования –

столовое вино «Borgo al Sole», виски «Balblair», сидр «Mont St Michel», вина «ГЕВЮРЦТРАМИНЕР ВОЛЬФБЕРЖЕ», «РИСЛИНГ ВОЛЬФБЕРЖЕ» и данная информация доводится до неопределенного круга лиц.

Таким образом, указанная информация отвечает признакам рекламы и является рекламной.

В соответствии с частью 1 статьи 5 Закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недостоверная и недобросовестная реклама не допускаются.

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

В рекламе столового вина «Borgo al Sole» был использован образ совы, в рекламе виски «Balblair» - мужчины, в рекламе сидра «Mont St Michel» - льва, в рекламе вина «ГЕВЮРЦТРАМИНЕР ВОЛЬФБЕРЖЕ» и «РИСЛИНГ ВОЛЬФБЕРЖЕ» - волка, следовательно, рассматриваемая реклама распространялась в нарушение пункта 6 части 1 статьи 21 Закона «О рекламе».

В соответствии со статьей 3 Закона «О рекламе» ненадлежащая реклама — реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Таким образом, указанная реклама в соответствии со статьей 3 Закона «О рекламе» является ненадлежащей.

Согласно статье 38 Закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 1 статьи 21 Закона «О рекламе», несет рекламодатель.

В материалы дела представлен договор № 0107К от 01.07.2014, заключенный между ООО «Управляющая Компания «АМ Центр» и ООО «Арома Маркет».

В рамках данного договора (п. п. 1.1-1.4) ООО «Арома Маркет» (заказчик) поручает, а ООО «Управляющая Компания «АМ Центр» (исполнитель) обязуется за вознаграждение ежемесячно распространять рекламные материалы (листовки, буклеты, брошюры, каталоги, иную печатную продукцию) в торговых залах, принадлежащих ООО «Управляющая Компания «АМ Центр» магазинов, работающих под товарным знаком «Ароматный мир». Рекламные материалы ежемесячно передаются заказчиком исполнителю по реестру. Распространение рекламных материалов осуществляется путем выкладки экземпляров рекламных материалов на специальных стойках или стеллажах, установленных в торговых залах магазинов или при кассовой зоне. Количество распространяемых рекламных материалов в квартал составляет 30 000 +/- 10 % экземпляров. По мере окончания в стойке рекламных материалов исполнитель вкладывает в стойку эти материалы для их поддержания в необходимом количестве. Исполнитель, по мере доставки в магазины новых выпусков рекламных материалов, производит замену старых выпусков рекламных материалов на новые.

ООО «Арома Маркет» письмом от 14.05.2015 сообщило, что договор от 01.07.2014 № 0107К расторгнут 10.07.2014. Услуги по данному договору оказаны не были.

Журналы под товарным знаком «Ароматный мир»: «Осенняя палитра», «Виски и его разновидности» не издавались и не распространялись.

С учетом изложенного, в материалах дела отсутствуют доказательства того, что лицом, определившим содержание рассматриваемых рекламных материалов, является ООО «Арома Маркет».

Таким образом, в ходе рассмотрения настоящего дела Комиссии не удалось достоверно установить рекламодателя рассматриваемой рекламы.

Нарушение рекламного законодательства устранено. Распространение журналов под товарным знаком «Ароматный мир»: «Осенняя палитра», «Виски и его разновидности» в магазинах «Ароматный мир» прекращено.

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона «О рекламе», пунктами 37-45 «Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе», утверждённых постановлением Правительства РФ от 17 августа 2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу вина «Borgo al Sole», распространявшуюся в журнале «Ароматный мир» «Виски и его разновидности», поскольку в ней нарушены требования пункта 6 части 1 статьи 21 Закона «О рекламе».
2. Признать ненадлежащей рекламу виски «Balblair», сидра «Mont St Michel», вина «ГЕВЮРЦТРАМИНЕР ВОЛЬФБЕРЖЕ», «РИСЛИНГ ВОЛЬФБЕРЖЕ», распространявшуюся в журнале «Ароматный мир» «Осенняя палитра», поскольку в ней нарушены требования пункта 6 части 1 статьи 21 Закона «О рекламе».
2. В связи с тем, что распространение указанной ненадлежащей рекламы добровольно прекращено, предписание об устранении нарушения законодательства о рекламе не выдавать.

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

Председатель Комиссии

Е.А. Гречишникова

Члены Комиссии:

К.И. Мурзин

Т.В. Заботнова

К.С. Кузнецова

Исп.: Заботнова Т.В.,

(4752) 72-93-54