

ООО «Метро Кэш Энд Керри»

125445, г. Москва, Ленинградское шоссе,
д. 71Г

Заявитель: <...>

РЕШЕНИЕ

по делу № 002/05/18-2160/2022

27.02.2023 года

г. Уфа, ул. Пушкина, 95

Решение в полном объеме изготовлено «03» марта 2023 года

Комиссия Башкортостанского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

<...>;

Члены Комиссии:

<...>;

<...>;

рассмотрев дело № 002/05/18-2160/2022 возбужденное по обращению физического лица в отношении ООО «Метро Кэш Энд Керри» (ОГРН: 1027700272148, ИНН: 7704218694), по факту распространения рекламы с признаками нарушения части 1 статьи 18, пункта 5 части 1 и пункта 8 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе», Закон о рекламе),

в присутствии:

- Заявителя – <...>, путем использования систем видео-конференц-связи

- представителей ООО «Метро Кэш Энд Керри» - <...> (доверенность № 460/20/д от 15.09.2020) и <...> (доверенность № 54/22/д от 02.02.2022), путем использования систем видео-конференц-связи

УСТАНОВИЛА:

03.10.2022 года в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Башкортостан (далее - УФАС по РБ, антимонопольная служба) посредством электронной почты (интернет приемная ФАС) поступило заявление гражданина (вх. № 14812-ИП/22) указывающее на признаки нарушения ФЗ «О рекламе».

В обращение Заявитель сообщил, что 30.08.2022 года в 14:16 (время московское) на адрес электронного почтового ящика получил нежелательное сообщение следующего содержания:



Адрес электронной почты, с которого поступила данная информация – metronews@newsletter.metro-cc.ru.

Из обращения Заявителя следует, что рекламное сообщение поступило на адрес электронной почты без его предварительного согласия.

Кроме этого, Заявитель указывает на признаки нарушения требований при рекламировании алкогольной продукции. Позиция Заявителя в указанной части: *«Ранее мои отношения с Обществом «МЕТРО Кэш энд Керри», которое я считаю рекламодателем/изготовителем/распространителем (далее – источник рекламы), сложились в силу заполнения мною формы на сайте metro-cc.ru, в ходе чего был также раскрыт и адрес моей электронной почты. Первое: При моей регистрации в администрируемой источником рекламы информационной системе, обеспечивающей размещение заказа на товары (далее – система приема заказов) не была проведена независимая верификация моего возраста (не помню, но если я что-то и сообщал по этому поводу, то это точно было только с моих слов). Адресное рекламирование алкоголя в таких обстоятельствах нахожусь игнорирующим охраняемые нормой п. 5 ч. 1 ст. 21 Федерального Закона «О рекламе» интересы. Второе: Я бы задумался над тем, подпадает ли реклама алкоголя посредством электронных писем под запрет п. 8 ч. 2 ст. 21 Федерального Закона «О рекламе».*

В рамках рассмотрения обращения, письменные пояснения относительно рассматриваемых обстоятельств представлены ООО «Метро Кэш Энд Керри» (далее – ООО «Метро») (вх. № 17355-ЭП/22 от 16.11.2022 электронная почта, вх. № 17938/22 от 28.11.2022 почта России).

Письмом ФАС России (от 07.11.2022 исх. № КТ/101137/22), на основании пункта 7 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по

признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 года № 1922, Башкортостанское УФАС России наделено полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в отношении ООО «Метро».

29.11.2022 года Башкортостанским УФАС России, в порядке части 2 статьи 36 Закона о рекламе возбуждено дело № 002/05/18-2160/2022 по признакам нарушения части 1 статьи 18, пункта 5 части 1 и пункта 8 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе». К участию в деле привлечены:

• **Заявитель:**

- вх. № 14812-ИП/22 от 03.10.2022.

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

- ООО «Метро Кэш Энд Керри» (ОГРН: 1027700272148, ИНН: 7704218694).

Рассмотрение дела назначено на 15.12.2022 года.

02.12.2022 года от Заявителя поступили пояснения (вх. № 18271-ИП/22 электронная почта).

15.12.2022 года на заседании Комиссии по рассмотрению дела № 002/05/18-2160/2022 по признакам нарушения законодательства о рекламе присутствовал:

- Заявитель – <...> (документ удостоверяющий личность). Озвучена позиция по делу.

Представитель ООО «Метро» не присутствовал. Запрошенные сведения (документы и материалы) не представлены. Каких-либо пояснений или ходатайств от Общества не поступило.

В соответствии с информацией, размещенной на официальном сайте национальной почтовой службы (<https://npspost.ru/>) корреспонденция с почтовым идентификационным номером 82500002245253 (определения с сопроводительным письмом от 30.11.2022) направленная ООО «Метро» по юридическому адресу: г. Москва, Ленинградское шоссе, д. 71Г., адресатом не получено.

В рамках заседания Комиссии, Заявителем заявлено ходатайство о рассмотрении дела № 002/05/18-2160/2022 путем систем видео-конференц-связи.

Комиссия Башкортостанского УФАС России определила:

1. продлить срок рассмотрения дела № 002/05/18-2160/2022.

2. отложить рассмотрение дела на другую дату - 23.01.2023 года.

19.12.2022 года от Заявителя поступили дополнительные пояснения, а также ходатайство о выяснении обстоятельств, путем направления дополнительных вопросов в адрес ООО «Метро» (вх. № 19353-ИП/22 электронная почта).

29.12.2022 года от ООО «Метро» посредством электронной почты поступили письменные пояснения относительно рассматриваемых обстоятельств (вх. № 20161-ЭП/22). Аналогичные сведения представлены по почте России (вх. № 168/23 от 10.01.2023).

23.01.2023 года на заседании Комиссии по рассмотрению дела № 002/05/18-2160/2022 путем использования систем видео-конференц-связи присутствовали:

- Заявитель – <...>

- <...> (доверенность № 460/20/д от 15.09.2020) – представитель ООО «Метро».

Сторонами озвучена позиция по делу.

Ранее поступившее ходатайство (вх. № 19353-ИП/22 от 19.12.2022) Заявителя удовлетворено.

Комиссия Башкортостанского УФАС России определила:

1. отложить рассмотрение дела на другую дату - 07.02.2023 года.

Заявителем представлены дополнительные пояснения в рамках дела (вх. № 1205-ИП/23 от 27.01.2023, 1249-ИП/23 от 30.01.2023, 1401-ИП/23 от 31.01.2023, 1856-ИП/23 от 07.02.2023 электронная почта).

Письменные пояснения представлены ООО «Метро» (вх. № 1640-ЭП/23 от 02.02.2023 электронная почта).

07.02.2023 года на заседании Комиссии по рассмотрению дела № 002/05/18-2160/2022 путем использования систем видео-конференц-связи присутствовали:

- Заявитель – <...>

- <...> (доверенность № 460/20/д от 15.09.2020) – представитель ООО «Метро».

Сторонами озвучена позиция по делу.

Комиссия Башкортостанского УФАС России определила:

1. отложить рассмотрение дела на другую дату - 20.02.2023 года.

10.02.2023 года дополнительные пояснения представлены Заявителем (вх. № 2110-ИП/23 электронная почта). Также заявлено ходатайство об обеспечении доказательств.

16.02.2023 года дополнительные пояснения в рамках дела представлены ООО «Метро» (вх. № 2447-ЭП/23 электронная почта). Аналогичные сведения представлены по почте России (вх. № 2791/23 от 21.02.2023).

16.02.2023 года письменные пояснения поступили от Заявителя (вх. № 2455-ИП/23 электронная почта).

20.02.2023 года на заседании Комиссии по рассмотрению дела № 002/05/18-2160/2022 путем использования систем видео-конференц-связи присутствовали:

- Заявитель – <...>

- <...> (доверенность № 460/20/д от 15.09.2020) – представитель ООО «Метро».

Сторонами озвучена позиция по делу.

Ранее поступившее ходатайство Заявителя, об обеспечении доказательств (вх. № 2110-ИП/23 от 10.02.2023 электронная почта), удовлетворено.

В связи с необходимостью получения дополнительных доказательств, а также необходимостью получения по данному делу объективной и полной информации, в соответствии с пунктом 37 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия объявила перерыв в рассмотрении дела до 22.02.2023 года.

21.02.2023 года дополнительные пояснения и материалы представлены ООО «Метро» (вх. № 2782-ЭП/23 электронная почта). Аналогичные сведения представлены также по почте России (вх. № 3139/23 от 28.02.2023).

22.02.2023 года дополнительные пояснения поступили от Заявителя (вх. № 2821-ИП/23 электронная почта).

22.02.2023 года рассмотрение Комиссией дела № 002/05/18-2160/2022 после перерыва продолжено с момента, на котором оно было прервано, путем использования систем видео-конференц-связи в присутствии:

- Заявителя – <...>

- <...> (доверенность № 460/20/д от 15.09.2020) и <...> (доверенность № 363/22/Д от 10.06.2022) – представителей ООО «Метро».

Сторонами озвучена позиция по делу.

В связи с необходимостью получения дополнительных доказательств, а также необходимостью получения по данному делу объективной и полной информации, в соответствии с пунктом 37 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия объявила перерыв в рассмотрении дела до 27.02.2023 года.

22.02.2023 года от Заявителя поступили дополнительные сведения (вх. № 2875-ЭП/23 электронная почта).

27.02.2023 года рассмотрение Комиссией дела № 002/05/18-2160/2022 после перерыва продолжено с момента, на котором оно было прервано, путем использования систем видео-конференц-связи в присутствии:

- Заявителя – <...>

- <...> (доверенность № 460/20/д от 15.09.2020) и <...> (доверенность № 54/22/д от 02.02.2022) – представителей ООО «Метро».

Сторонами озвучена позиция по делу.

Исследовав материалы дела, заслушав пояснения сторон, Комиссия приходит к выводу, что реклама, распространенная 30.08.2022 года в 14:16 (время московское) на адрес электронного почтового ящика с адреса metronews@newsletter.metro-cc.ru следующего содержания:





нарушает пункт 8 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе». При этом Комиссия исходит из следующего.

В соответствии с пунктами 1, 2, 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, 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.

Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

По смыслу законодательного определения рекламой считается та информация, которая, во-первых, была распространена, во-вторых, адресована неопределенному кругу лиц, в-третьих, направляет внимание и интерес на объект рекламирования, в-четвертых, имеет цель продвинуть объект рекламы на рынок. Иными словами, реклама призвана выделить рекламируемый объект из ряда других объектов и привлечь к нему внимание, а также побуждать лиц из числа неопределенного круга, среди которых распространялась реклама, обратиться за приобретением товара.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками:

- распространена путем использования сетей электросвязи (поступление на почтовый ящик Заявителя -);
- является общедоступной для восприятия неопределенного круга лиц и не является персонализированной;
- направлена на привлечения внимания потребителей к услугам и товарам, предоставляемым соответствующим рекламодателем (хозяйствующий субъект – ООО «Метро Кэш энд Керри») и осуществляемой им деятельности и способствует формированию интереса к реализуемым товарам и их продвижение на рынке;
- объектом рекламирования выступает товар (услуги) – ассортимент

премиальной алкогольной продукции представленной в торговых центрах METRO.

- целью распространения рекламы является увеличение спроса на рекламируемый товар (услуги).

Частью 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» установлено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Требования к рекламе, распространяющейся по сетям электросвязи, установлены статьей 18 Закона о рекламе.

Согласно части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе» распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы. При этом реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента или адресата, если рекламодатель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламодатель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

Каждый рекламодатель обязан соблюдать требования части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе», запрещающей распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования подвижной радиотелефонной связи, при отсутствии предварительного согласия абонента на получение рекламы.

При этом, из данной нормы закона следует, что отсутствие согласия абонента на получение рекламы предполагается, если иное не доказано рекламодателем.

Согласие на получение рекламы должно быть выполнено таким образом, чтобы можно было однозначно идентифицировать такого абонента,.

Таким образом, согласие абонента на получение рекламы должно, во-первых, относиться к конкретному рекламодателю либо рекламодателю, во-вторых – должно быть выражено явно.

Бремя доказывания наличия предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы по сетям электросвязи лежит на рекламодателе, при этом, заявитель не обязан доказывать факт отсутствия подобного согласия.

Необходимо иметь в виду, что в данном случае под абонентом или адресатом надлежит понимать лицо, на чей адрес электронной почты или телефон поступило соответствующее рекламное сообщение.

Поступление рекламы на электронную почту подтверждается представленными в Башкортостанское УФАС России скриншотами сообщений, содержащих изображение рассматриваемой рекламы, а также сведениями о дате и времени поступления рекламы, его получателе.

Принимая во внимание тот факт, что Заявитель представил в адрес Башкортостанского УФАС России изображения рекламы, а также сведения о дате и времени поступления рекламы, его получателе, антимонопольный орган приходит к выводу о принадлежности электронной почты Заявителю.

Закон о рекламе не определяет порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи.

Следовательно, согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламодателя (Постановление пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее – Пленум № 58).

Факт поступления указанного сообщения Заявителю, а также принадлежность электронного почтового ящика metronews@newsletter.metro-cc.ru ООО «Метро» не оспаривается.

В части получения согласия от владельца почтового ящика ООО «Метро» сообщено, в частности следующее:

«...Клиент <...> предоставил METRO согласие на получение рекламных сообщений 03.04.2020 при выпуске карты гостя для посещения торговых центров и совершения покупок, оставив свои данные, согласие на обработку персональных данных и получение рекламных сообщений на электронную почту, что подтверждается данными внутренних учётных систем METRO...

...Карту гостя по состоянию на апрель 2020 года можно было оформить посредством участия в специальном предложении METRO с получением 1000 бонусов кэшбека за регистрацию при заполнении специальной формы регистрации, размещённой на сайте METRO, указав свои контактные данные и оформив подписку на новости, рекламу и специальные предложения METRO...

... Потенциальный клиент заполняет форму регистрации, в том числе свои контактные данные: e-mail и номер мобильного телефона. Также на оставленные контактные данные участником оформляется подписка на рекламные сообщения и спецпредложения от METRO (последняя графа). Именно на оставленные контактные данные потенциального клиента METRO после получения заявки и её обработки направляется номер оформленной карты гостя (карта гостя в электронном виде), а также информация о начислении баллов, которые можно списать на покупки в торговых центрах METRO... Подтверждением успешной регистрации является автоматическая отправка электронного письма заявителю на указанный им контактный электронный адрес в форме регистрации. В данном случае на адрес было отправлено письмо со штрих-кодом карты гостя METRO с номером 6430101600747163031706 и информацией о начислении баллов по Акции...».

Заявитель с указанным доводом не согласен, по его мнению, при регистрации произошло навязывание согласия на получение рекламных сообщений, так как форма регистрации не предполагала возможности отказаться от дачи согласия и для завершения регистрации, и соответственно получения карты METRO, это было обязательным условием.

ООО «Метро» то обстоятельство, что при регистрации необходимо было выразить согласие на получение рекламы, не оспаривается. Общество указало, что оформление карты гостя являлось специальным акционным предложением, действующим с 03.04.2020 по 31.05.2020 при одновременном выполнении участником следующих условий:

- это новый клиент, у которого ранее не было каких-либо карт METRO.
- физическое лицо, достигшее возраста 18 лет.

- заполнение формы участия в Акции и подписка на новости/акции компании.

Юридическим лицом в материалы дела представлены Правила проведения акции «Оформление карты МЕТРО+1000 бонусов» (утв. Приказом от 15.11.2019 № 15112019), а также макет рекламного материала, размещенного в период с 03.04.2020 по 31.05.2020 с условиями участия в Акции по выпуску карты гостя МЕТРО.

Учитывая то обстоятельство, что в материалы дела непосредственно рекламная информация, которая распространялась в период проведения данной Акции не представлена, в том числе в период регистрации Заявителя (из-за истечения сроков хранения рекламных материалов), Комиссия лишена возможности оценить ее содержание на предмет достоверности и добросовестности. Соответственно сведения о порядке и условиях регистрации в Акции «Оформление карты МЕТРО+1000 бонусов», получены исключительно из Правил утвержденных Приказом от 15.11.2019 № 15112019.

Данными Правилами в частности установлено следующее.

- пункт 1.1. Настоящие Правила определяют порядок, условия, место и сроки проведения Акции «Оформи карту гостя и получи 1000 приветственных бонусов» (далее – Акция), а также размер вознаграждения в рамках Акции и условия его получения. В соответствии со статьей 435 и частью 2 статьи 437 Гражданского кодекса Российской Федерации настоящие правила являются официальной публичной офертой (предложением) ООО «МЕТРО Кэш энд Керри», адресованной всем заинтересованным лицам (участникам) принять в ней участие. В соответствии с частью 3 статьи 438 Гражданского кодекса Российской Федерации в случае согласия с предложенными условиями Акции, лицо вступает во взаимоотношения с Организатором и участвует в акции «Оформи карту гостя и получи 1000 приветственных бонусов» путем получения, накопления и использования бонусов в соответствии с настоящими Правилами (акцепт оферты).

- пункт 1.5. Специальное предложение действительно для новых клиентов, ранее не имевших регистрации в качестве клиента МЕТРО/держателя карты гостя МЕТРО, при условии регистрации на сайте www.metro-cc.ru, в мобильном приложении МЕТРО или в ТЦ МЕТРО, и подписке на новости и акции компании.

- пункт 1.6. Участники Акции получают именные электронные карты гостя МЕТРО и приветственные 1000 бонусов на покупки в ТЦ МЕТРО. Воспользоваться приветственными бонусами может держатель карты гостя МЕТРО, совершивший покупку в ТЦ МЕТРО в Период использования приветственных бонусов.

- пункт 2.1. Акция «Оформи карту гостя и получи 1000 приветственных бонусов» (далее – Акция) - маркетинговая программа для потенциальных клиентов ООО МЕТРО Кэш энд Керри, построенная на механизме использования Бонусов Участниками акции с применением специального программного обеспечения (учётной системы) Организатора Акции и управляемая Организатором Акции. Актуальные Правила Акции размещены на Сайте www.metro-cc.ru.

- пункт 5.4. Информацию об акции пользователи получают из различного рода рекламных материалов.
- пункт 5.5. Каждый Участник Акции вправе отказаться или воздержаться от участия в Акции.
- пункт 5.6. Участники Акции обязаны выполнять все действия, связанные с участием в Акции и получением Призов, в установленных настоящими Правилами порядке и сроки.
- пункт 5.7. Участник обязан соблюдать все условия настоящих Правил.
- пункт 7.1. Для оформления карты гостя МЕТРО и получения приветственных бонусов, необходимо заполнить форму на участие в Акции на сайте - <https://metro-cc.ru/> с оформлением карты гостя и получением 1000 приветственных баллов на первую покупку. 1 бонус=1рубель.
- пункт 7.4. Специальное предложение действительно для новых клиентов, ранее не имевших регистрации в качестве клиента МЕТРО. При условии заполнения формы регистрации в Акции и подписке на новости/акции компании.
- пункт 7.11. В случае, если участник Акции перестаёт соответствовать условиям такой Акции согласно настоящим Правилам в период срока действия бонусных баллов (п.7.6 настоящих Правил), в частности – отозвано согласие на рекламу от МЕТРО, прекращено действие карты гостя и т.п. нарушение настоящих Правил Акции, начисленные в момент регистрации участника бонусы аннулируются и к списанию на кассе при совершении покупки недоступны.

Таким образом, исходя из Правил проведения акции «Оформление карты МЕТРО+1000 бонусов» дача согласия на направление рекламной информации является обязательным условием участия в Акции. Без предоставления согласия регистрация невозможна.

Факт регистрации на сайте www.metro-cc.ru и проставления галочки в разделе дачи согласия на получение рекламных сообщений, Заявителем не оспаривается.

Как уже было указано выше, Закон о рекламе не определяет порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи. Следовательно, согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламодателя.

В соответствии с частью 3 статьи 438 Гражданского Кодекса Российской Федерации такое согласие (акцепт) может быть получено путем выполнения действий указанных в оферте условий.

Довод Заявителя о том, что участие в Акции является единственным способом получения карты гостя МЕТРО, а соответственно иными способами получить карту для совершения покупок в торговых центрах не представляется возможным, Комиссией Башкортостанского УФАС России отклоняется, так как вопросы о правомерности наличия либо отсутствия карты гостя для совершения покупок не регулируются Законом о рекламе.

Также не регулируются Законом о рекламе вопросы, о правомерности условий установленных Правилами проведения акции «Оформление карты МЕТРО+1000 бонусов». Аналогично данный Закон не затрагивает обстоятельства регистрации –

только путем участия в Акции или регистрация без участия в таковой.

Заявителем в материалы дела рекламная информация, из содержания которой можно было бы установить, что условия Акции отражены в ином виде (что могло бы ввести потребителей в заблуждение по обстоятельствам регистрации и участия в Акции), чем те которые присутствуют в Правилах, не представлена.

На основании изложенного, учитывая, что Заявитель дал согласие на получение рекламы от ООО «Метро», став участником Акции, и до настоящего времени не обращался в Общество с требованием об исключении его из рекламной рассылки, в действиях хозяйствующего субъекта отсутствуют признаки нарушения части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

В части признаков нарушения пункта 5 части 1 и пункта 8 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе», Комиссия отмечает.

Статьей 21 Закона о рекламе установлены специальные требования и ограничения в отношении рекламы алкогольной продукции

В соответствии с пунктом 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» 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. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как спиртные напитки (в том числе водка, коньяк, виноградная водка, бренди), вино, крепленое вино, игристое вино, включая российское шампанское, виноградосодержащие напитки, плодовая алкогольная продукция, плодовые алкогольные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

В рассматриваемой рекламе представлены следующие товары с указанием артикулов и цен: • водка Montblanc, 0.7л; • водка Beluga Noble, 0.7л; • виски Pogue's Irish Whiskey, 0.7л; • виски Glenfiddich 12 лет, 0.7л; • джин Whitley Neill Blood Orange, 0.7л; • джин Berkshire, 0.5л; • ром OAKHEART Bacardi Original Premium, 1л; • коньяк Courvoisier VS, 0,7л; • коньяк Courvoisier VSOP, 0.7л.

В Федеральном реестре алкогольной продукции, размещенной в открытом доступе на сайте Федеральной службы по регулированию алкогольного рынка (<https://fsrar.gov.ru/>) в частности содержатся следующие сведения:

1. Montblanc, 0.7л – регистрационный номер 01-00185278. Наименование продукции - Водка «МОНБЛАН Водка». Категория алкогольной продукции – водка.

2. Beluga Noble, 0.7л - регистрационный номер 02-00053261. Наименование продукции Водка «БЕЛУГА НОБЛ». Категория алкогольной продукции – водка.

3. Glenfiddich 12 лет, 0.7л - регистрационный номер 01-00003314. Наименование продукции - Виски шотландский односолодовый «Гленфиддик» 12 лет выдержки. Категория алкогольной продукции – виски.

4. Whitley Neill Blood Orange, 0.7л - регистрационный номер 01-

00156422. Наименование продукции - Джин Уитли Нейлл со вкусом Красного Апельсина. Категория алкогольной продукции – джин.

5. Courvoisier VS, 0,7л - регистрационный номер 01-00058072. Наименование продукции - Коньяк КУРВУАЗЬЕ ВС. Категория алкогольной продукции – коньяк.

Таким образом, указанные товары представляют собой алкогольную продукцию.

По мнению ООО «Метро» данная рассылка соответствует условиям информирования клиента о представленном и возможном к покупке в торговом центре METRO ассортименте, не имеет целью продвижение тех или иных торговых марок/брендов.

С указанной позицией Комиссия не согласна. Как уже было указано выше, данная информация представляет собой рекламу.

Признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту рекламирования для продвижения его на рынке, формирования к нему положительного отношения и закрепления его образа в памяти потребителя.

В начале рекламы присутствует обращение к потребителю – *«оригинальный домашний бар. Собери свою коллекцию премиальных напитков»*, что формирует интерес неопределенного круга лиц, к конкретным маркам алкогольной продукции. Указаны цены, представлен внешний вид. Фотографии выполнены в таком виде, что объект рекламирования ярко выделен на фоне, а дополнительные декоративные элементы подчеркивают центральный объект – алкогольную продукцию.

Таким образом, данная информация представляет собой рекламу алкогольной продукции.

Пунктом 5 части 1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» предусмотрено, что реклама алкогольной продукции не должна обращаться к несовершеннолетним.

Материалами дела установлено, что реклама алкогольной продукции поступила Заявителю после того как сотрудником ООО «Метро» был осуществлен выпуск пластиковой карты гостя на основе электронной заявки клиента 02.02.2022 года. В процессе выпуска пластиковой карты данным сотрудником была осуществлена проверка данных представленных клиентом в электронной форме. Таким образом, на момент распространения данной рекламы, ООО «Метро» располагало сведениями, что электронный почтовый ящик принадлежит лицу, достигшему совершеннолетнего возраста. Документов опровергающих данное обстоятельство не представлено.

Таким образом, факты нарушения пункта 5 части 1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» не подтвердились.

Пунктом 8 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» установлено, что реклама алкогольной продукции не должна размещаться в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Так как данная реклама представляет собой рекламу алкогольной продукции и размещена в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (путем направления на электронный почтовый ящик) она нарушает требования пункта 8 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение пункта 8 части 2 статьи 21 Закона о рекламе, в соответствии с частью 7 статьи 38 данного Закона, возложена на рекламодателя.

Рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункт 7 статьи 3 Закона о рекламе).

Комиссией установлено, что рекламодателем рекламы выступило ООО «Метро». Данный факт Обществом не оспаривается.

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

В силу пункта 54 Правил при добровольном устранении лицом (лицами) совершенного нарушения антимонопольный орган вправе не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. В этом случае основания нецелесообразности выдачи предписания излагаются в мотивировочной части решения по делу.

Комиссией принято решение предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ООО «Метро» не выдавать, так как Заявителем доказательства повторного получения рекламной информации (после обращения в антимонопольный орган) не представлены.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 42-48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Исключить признаки нарушения части 1 статьи 18 и пункта 5 части 1 статьи 21 ФЗ «О рекламе».
2. Признать ООО «Метро» рекламодателем рекламы.
3. Признать ненадлежащей рекламу, распространенную 30.08.2022 года в 14:16 (время московское) путем направления на электронный почтовый ящик с адреса metronews@newsletter.metro-cc.ru, поскольку в ней нарушены требования пункта 8 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

4. В соответствии с пунктом 54 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать.

5. Передать материалы дела для возбуждения административного производства, предусмотренного статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ООО «Метро»

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>