

ОПРЕДЕЛЕНИЕ 276/18  
О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

г. Иркутск

Председатель Комиссии Иркутского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе – <....> рассмотрев материалы, собранные Иркутским УФАС России,

УСТАНОВИЛ:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области поступило обращение от Щ., по вопросу размещения рекламной акции алкогольной продукции в буклетах японской кухни «Сан Суши» Очарование японской кухни ИП Л. К заявлению приложен буклет меню доставки японской кухни «Сан Суши».

Иркутским УФАС России установлено следующее:

В буклете «Сан Суши» Очарование японской кухни (далее - буклет) размещены рекламные акции:

1. Набор «Пятница» плюс Шампанское в подарок (изображена бутылка с этикеткой «Российское шампанское»);
2. Набор «Искушение» плюс Шампанское в подарок (изображена бутылка с этикеткой «Российское шампанское»);
3. Набор «Именинник» две бутылки вина в подарок (изображены две бутылки вина без индивидуализирующих признаков);
4. Набор «Филадельфия гигант сет» бутылка вина в подарок (изображена бутылка вина без индивидуализирующих признаков);
5. Набор «Суббота» бутылка вина в подарок (изображена бутылка вина без индивидуализирующих признаков).

В соответствии со ст. 3 Федерального закона РФ «О рекламе» от 13.03.2006г № 38-ФЗ 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, изготовитель или продавец товара, на привлечение внимания к которым направлена реклама; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Рекламой признается информация, позволяющая четко обозначить, индивидуализировать конкретный объект рекламирования, выделить его среди однородных товаров и сформировать к нему интерес в целях продвижения на рынке.

Согласно разъяснениям Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации в пункте 16 Информационного письма № 37 от 25.12.1998, информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Предоставление бутылки шампанского в подарок в рекламной акции наборов «Пятница» и «Искушение» будет являться рекламой алкогольной продукции, так как на бутылке

изображена этикетка Российское шампанское полусладкое белое, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром.

Что касается предоставления вина в подарок в рекламной акции наборов «Именинник», «Филадельфия» и «Суббота», то указанная реклама не будет являться рекламой вина, потому что невозможно определить производителя такого напитка или его марку.

Согласно ч.3.9 п.3 "ГОСТ 33336-2015. Межгосударственный стандарт. Вина игристые. Общие технические условия" (введен в действие Приказом Росстандарта от 03.08.2015 № 1036-ст) Игристое вино традиционного наименования это Игристое вино с объемной долей этилового спирта от 10,5% до 13,0%, насыщенное двуокисью углерода в герметичных сосудах под давлением в результате вторичного брожения столовых виноматериалов, выработанных из определенных сортов винограда и давлением двуокиси углерода в бутылке не менее 350 кПа при температуре 20 °С.

Примечание - Традиционное наименование состоит из слова "шампанское" в сочетании с прилагательным, производным от названия государства-изготовителя (Белорусское шампанское, Казахстанское шампанское, Российское шампанское и др.).

Согласно 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.

Таким образом, реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции в буклетах запрещена. Соответственно реклама наборов «Пятница» плюс шампанское в подарок и «Искушение» плюс шампанское в подарок указанных в буклете японской кухни «Сан Суши» Очарование японской кухни не соответствует требованиям ч.2.1 ст.21 Закона о рекламе.

Ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе установлено, что 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).

На в буклете японской кухни «Сан Суши» Очарование японской кухни отсутствует предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции. Таким образом, нарушена ч.3 ст.21 Закона о рекламе.

Ст.8 Закона о рекламе устанавливает, что в рекламе товаров при дистанционном способе их продажи должны быть указаны сведения о продавце таких товаров: наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

В рассматриваемой рекламе товар (блюда японской кухни) предлагается приобрести дистанционным способом. Продажа товаров дистанционным способом - продажа товаров по договору розничной купли-продажи, заключаемому на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах либо представленным на фотоснимках или посредством средств связи, или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора (п. 2 Правил продажи

дистанционным способом утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 27 сентября 2007 г. № 612).

При этом, в буклете отсутствуют необходимые сведения о продавце, что указывает на наличие нарушения требований ст. 8 Федерального закона "О рекламе".

В соответствии с ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требования, установленного ст.8, ч.2.1 ст.21, ч.3 ст.21 Закона о рекламе несет рекламодатель.

В соответствии с ч.6 ст.38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требования, установленного ст.8, ч.3 ст.21 Закона о рекламе несет рекламодатель

В соответствии с ч. 7 ст. 3 Закона о рекламе, рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств. В соответствии с ч. 5 ст. 7 Закона о рекламе, рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Иркутским УФАС России установлено, что рекламодателем является ИП Л. (ОГРНИП 307380424600050, ИНН 380408500471).

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, заместитель руководителя – начальник отдела антимонопольного контроля Иркутского УФАС России,

#### ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу № 3-00-49/38-18 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Признать лицами, участвующим в деле: лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе:

рекламодателя – ИП Л.;

Заявителя – Щ.

3. Назначить дело № 3-00-49/38-18 к рассмотрению **на 12.03.2018г. в 11 часов 00 минут по адресу: г. Иркутск, ул. Российская, 17 каб. 619.**

**4. Явка** законного представителя ИП Л., заявителя Щ. с надлежащим образом оформленными полномочиями, для участия в рассмотрении дела **обязательна.**

**5. ИП Л. в срок до 02.03.2017 г. представить следующие документы (информацию):**

5.1 учредительные документы ИП Л., свидетельство о внесении записи в ЕГРИП, свидетельство о постановке на учет в налоговом органе;

5.2 письменные пояснения с приложением подтверждающих документов о том, кто является рекламодателем, рекламопроизводителем, рекламодателем рекламы;

5.3 договоры на изготовление и распространение рекламы, при отсутствии – письменные пояснения по порядку распространения рекламы;

5.4 заявки на изготовление и распространение рекламы;

5.5. платежные документы по оплате услуг за изготовление и распространение рекламы, акты, счета, при отсутствии – письменные пояснения;

5.6. письменные пояснения с приложением подтверждающих документов о соответствии указанной рекламы требованиям рекламного законодательства;

5.7. другие документы, связанные с распространением рассматриваемой рекламы;