

21 августа 2012 г.

г. Владивосток

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Приморскому краю (далее - Приморское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

члены Комиссии:

рассмотрев 15 августа 2012 года дело № 34/07-2012, возбужденное по признакам нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе») при распространении на сайте <http://vladivostok.farpost.ru> рекламы алкогольной продукции ООО «Прага-ДВ»,

в присутствии представителя лица, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

- ООО «Прага-ДВ» (рекламодатель),

в присутствии представителя заинтересованного лица:

- ООО «ФарПост» (рекламораспространитель),

УСТАНОВИЛА:

25.07.2012 в ходе мониторинга рекламы, распространяемой в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», установлено, что на сайте <http://vladivostok.farpost.ru/13891974> размещена реклама под заголовком - «Бар «Чешская Пивница». Попробуйте новые блюда и новое чешское пиво (Владивосток)», следующего содержания:

«Бар «Чешская Пивница» приглашает попробовать новинки нашего меню:

1. Чешское разливное пиво «Карловец» темное и светлое,
2. Чешские национальные напитки: мандариновица, апельсиновица, яблоковица и др.....».

В соответствии с пунктом 8 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции, к которой в соответствии со статьей 3 Федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» относится и пиво, не должна размещаться в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

Установлено, что владельцем сайта <http://vladivostok.farpost.ru> в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" является ООО «ФарПост» .

Предпринимательскую деятельность бара «Чешская Пивница» осуществляет ООО «Прага-ДВ».

Определением Приморского УФАС России от 30.07.2012 в отношении ООО «Прага-ДВ», рекламодателя указанной рекламы бара «Чешская Пивница», было возбуждено дело № 34/07-2012 по признакам нарушения пункта 8 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

ООО «ФарПост» было привлечено к участию в рассмотрении указанного дела в качестве заинтересованного лица.

В соответствии с частью 4 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламодистрибьюторами законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

08.08.2012 в Приморское УФАС России поступили письменные пояснения директора ООО «Прага-ДВ», в которых сообщалось, что 16.01.2012 обществом был заключен договор подряда на проведение рекламной кампании с гражданином Б. По его мнению, в соответствии с вышеуказанным договором за всю рекламу, все рекламные ролики, рекламные объявления отвечает исполнитель - гражданин Б. ООО «Прага-ДВ» также представило письменные объяснения гражданина Б., в которых он поясняет, что на момент размещения вышеуказанной рекламы в мае 2012 года реклама алкогольной продукции, включая пиво, рекламным законодательством в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" не запрещалась. Б. также сообщил, что внесение изменений в статью 21 Федерального закона «О рекламе» он, как исполнитель по договору с ООО «Прага-ДВ» не отследил, но после ознакомления с определением Приморского УФАС России о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе нарушения устранил.

Факт устранения нарушения законодательства о рекламе нашел свое подтверждение в ходе заседания Комиссии 15.08.2012 при просмотре содержания страницы <http://vladivostok.farpost.ru/13891974> .

14.08.2012 в Приморское УФАС России поступила информация от ООО «ФарПост», в которой сообщалось, что ООО «ФарПост» не заключало с ООО «Прага-ДВ» договор об оказании рекламно - информационных услуг по публикации рекламных объявлений на интернет – ресурсе «farpost.ru». Рассматриваемая реклама на ресурсе «farpost.ru» была размещена физическим лицом. ООО «ФарПост» выразил мнение, что в спорном объявлении содержалась реклама не алкогольной продукции, а реклама бара - «Чешская Пивница», что, по мнению ООО «ФарПост», рекламным законодательством не запрещено.

15.08.2012 года в ходе рассмотрения дела № 34/07-2012, представитель ООО «Прага-ДВ» сообщила, что Общество вину в нарушении требования пункта 8 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» не признает, поскольку считает, что в данном случае объектом рекламирования является бар «Чешская Пивница», а не

реализуемые в нем пиво и алкогольные напитки. Кроме того, по мнению, указание в объявлении на название пива «Карловец» является обязанностью организации, ведущей деятельность ресторанов и баров, указывать в меню названия предлагаемых продуктов.

Представитель заинтересованного лица - ООО «ФарПост» поддержал письменные пояснения о том, что между ООО «ФарПост» и ООО «Прага-ДВ» договор на публикацию рассматриваемого объявления не заключался, на ресурсе «farpost.ru» оно было размещено физическим лицом, а также о том, что, по мнению ООО «ФарПост», рассматриваемое объявление направлено на рекламу бара «Чешская Пивница», а не на реализуемые в нем алкогольные напитки.

Исследовав материалы дела и выслушав объяснения представителей ООО «Прага-ДВ» и ООО «ФарПост» Комиссия отмечает следующее.

Согласно части 1 статьи 33 Федерального закона «О рекламе» Антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с пунктом 8 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции, не должна размещаться в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

В рекламе, размещенной на интернет – ресурсе «farpost.ru» на сайте по адресу <http://vladivostok.farpost.ru/13891974> использован текст: **«Бар «Чешская Пивница» приглашает попробовать новинки нашего меню: Чешское разливное пиво «Карловец» темное и светлое, Чешские национальные напитки: мандариновица, апельсиновица, яблоковица и др....»**. В соответствии с информацией, размещенной на сайте ООО «Прага-ДВ» <http://www.pivnicedv.ru> указанные напитки являются алкогольными напитками, содержание алкоголя в них составляет: в мандариновице - 45%, апельсиновице – 45%, яблоковице – 50%. В соответствии с информацией, размещенной на сайте <http://www.karlovec.ru> официального дистрибьютора на территории РФ ООО «Аль-трейд» содержание алкоголя в светлом лагере пива «Карловец» составляет 4,8%, а в темном лагере – 4,7%. Таким образом, из текста рекламы однозначно следует, что посетителей бара приглашают попробовать алкогольные напитки.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» объект рекламирования – это товар, средство индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности, либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

В рассматриваемом случае объектом рекламирования является не только бар «Чешская Пивница», но и прямо названные и реализуемые в указанном баре алкогольные напитки: пиво «Карловец», мандариновица, апельсиновица, яблоковица.

Кроме того Комиссия отмечает, что в соответствии с частью 4 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» специальные требования и ограничения,

установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на их изготовителей или продавцов. Таким образом, установленный статьей 21 Федерального закона «О рекламе» запрет на рекламу алкоголя в Интернете, распространяется также в полной мере и на рекламу продавца алкогольных напитков – бара «Чешская пивница».

Рассмотрев имеющиеся материалы дела, выслушав пояснения лиц, участвующих в заседании, Комиссия пришла к заключению, что рассматриваемая реклама бара «Чешская Пивница» и реализуемых в нем алкогольных напитков размещена на интернет – ресурсе «farpost.ru» по адресу <http://vladivostok.farpost.ru/13891974> с нарушением пункта 8 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, размещавшуюся 25.07.2012 на интернет-ресурсе «farpost.ru» по адресу: <http://vladivostok.farpost.ru/13891974> под заголовком - «Бар «Чешская Пивница». Попробуйте новые блюда и новое чешское пиво (Владивосток)», следующего содержания: «Бар «Чешская Пивница» приглашает попробовать новинки нашего меню:

-Чешское разливное пиво «Карловец» темное и светлое,

-Чешские национальные напитки: мандариновица, апельсиновица, яблоковица и др....»,

поскольку она была размещена с нарушением требований пункта 8 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

2. Принимая во внимание информацию о том, что размещение рекламы алкогольной продукции на интернет-ресурсе «farpost.ru» по адресу: <http://vladivostok.farpost.ru/13891974> прекращено в добровольном порядке до даты рассмотрения настоящего дела, предписание об устранении нарушения рекламного законодательства рекламораспространителю - ООО «ФарПост» и рекламодателю - ООО «Прага-ДВ», не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Приморского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, ответственность за которое предусмотрена статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.