

«11» декабря 2015 г.

г. Иркутск

Резолютивная часть решения оглашена 08 декабря 2015 года.

Решение изготовлено в полном объеме 11 декабря 2015 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе,

рассмотрев дело № 1889 от 29.10.2015г., возбужденное по признакам нарушения п. 8 ч. 2 ст. 21 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38 – ФЗ, по факту распространения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по адресу <http://the-province.ru/food/vzboltat-smeshat-kokteyli> рекламной статьи под заголовком «Взболтать, смешать: Коктейльный гид»,

с участием лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

<...>;

в отсутствие надлежащим образом уведомленного о месте и времени рассмотрения дела заявителя – <...>

УСТАНОВИЛА:

В Иркутское УФАС России поступило заявление гр-ки <...> о нарушении законодательства РФ о рекламе (вх. № 7022 от 24.06.2015).

Из заявления и приложений к нему следует, что в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по адресу www.the-province.ru публикуется реклама алкогольной продукции, что противоречит законодательству Российской Федерации.

В ходе осмотра сайта www.the-province.ru Иркутским УФАС России установлено, что в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по адресу <http://the-province.ru/food/vzboltat-smeshat-kokteyli> размещена статья «Взболтать, смешать: Коктейльный гид», содержащая изображения бутылок, бокалов, сопровождающиеся следующей текстовой информацией: «Ещё четверг, но бармен DesingBar <...> уже морально готовит нас к выходным и рассказывает о самых популярных коктейлях. Чтобы оказаться в нужном месте и в нужное время, приходите вечером в DesingBar. В авангарде барного искусства и неизменном

дружелюбии к постоянным и новым гостям, команда DesingBar'a представляет собственную технику и стиль работы в обрамлении самых актуальных мировых трендов барной культуры. MAI TAI 400 рублей Флагман мировой тики-культуры. Ошеломляющий тропический коктейль, в котором сплошное солнце, двойная порция рома и нет места лирике. SPRITZ 400 рублей Заморский и уже категорически полюбивший союз из сухого игристого и итальянского аперитива, который добавляет свои особые оттенки. Глоток свежести и праздника прельщает оттенками красного. Вторым глотком обернется ясность. Прозрачная чистота воззрений. CHARLIE CHAPLIN 350 рублей лаконичная триада тернового джина, абрикос бренди и сока лимона. Полутона насыщенного вкуса в классической подаче. INTRO 330 рублей Ода ушедшему году, по-авторски осмысленный союз текилы и красного портвейна. Непременно обогатит багаж впечатлений гостя DesingBar'a DAIQUIRI 310 рублей Сок лайма. Сплетенный с чутким и проникновенным кубинским ромом, самобытный, не оставляющий сомнений аккомпанемент вечеру. Этот коктейль полагается пить немедленно, дабы ощутить всю свежесть напитка. DesingBar <...>».

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.

В соответствии с п. 8 ч. 2 ст. 21 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ, реклама алкогольной продукции не должна размещаться в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

Таким образом, рассматриваемая рекламная статья имеет признаки нарушения п. 8 ч. 2 ст. 21 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ.

29 октября 2015 года Иркутским УФАС России, в связи с обнаружением признаков нарушения рекламного законодательства, возбуждено дело № 1889. Лицами, участвующими в деле, признаны: лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства – <...>; заявитель – <...>.

Порядок возбуждения и рассмотрения данной категории дел определен Правилами рассмотрения антимонопольным органом, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными Постановлением Правительства Российской Федерации № 508 от 17.08.2006 г.; Административным регламентом Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденным Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12.

Определением № 1889 от 29.10.2015 г. рассмотрение дела № 1889 назначено на 26.11.2015 г.

В указанную дату <...>, <...> не явились, представителей не направили. В связи с

тем, что в материалах дела отсутствуют доказательства надлежащего извещения <...>, <...>, а так же в связи с необходимостью получения дополнительных доказательств, в соответствии с абз. 2 п. 34 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ № 508 от 17 августа 2006 года, Комиссия рассмотрение дела отложила.

Определением № 2071 от 26.11.2015г. рассмотрение дела № 1889 назначено на 01.12.2015г.

В указанную дату явилась <...>.

Заявитель <...> не явилась, представителя не направила. Комиссией установлено, что в материалах дела имеются доказательства надлежащего извещения <...> о месте и времени рассмотрения дела, а именно: уведомление телеграфом (вх. № 13526 от 30.11.2015г.).

В ходе рассмотрения дела <...> пояснила, что она является владельцем сайта www.the-province.ru. Указанная статья по ее мнению не является рекламой. Оплату за данную статью она не получала. Все статьи размещаются безвозмездно. Сайт был создан с целью объединения людей, имеющих общие увлечения. В настоящее время деятельность сайта прекращена из-за потери к нему интереса.

Помимо этого <...> в адрес Иркутского УФАС России были представлены письменные пояснения, согласно которым она не считает, что в статье «Взболтать, смешать: Коктейльный гид» есть рекламодатель, рекламораспространитель и рекламопроизводитель. Интернет-сайт the-province.ru был до июля 2015 года блогерской платформой, на которой любой желающий мог попробовать свои возможности в написании текстов. Сайт был создан для того, чтобы сформировать сообщество блогеров, которые пишут тексты не в рекламных целях. Финансовых отношений с упомянутыми в статьях компаниями их авторы не вели. Договор на размещение статьи не заключался по причине того, что для организации деятельности сайта не создавалось юридическое лицо. Она является владельцем доменного имени the-province.ru с мая 2012 года на основании договора-оферты. Письменный договор не заключался. С июля 2015 года сайт не функционирует.

01.12.2015г. Комиссией Иркутского УФАС России по собственной инициативе объявлен перерыв в заседании Комиссии по рассмотрению дела № 1889 от 29.10.2015г. до 09.ч. 30 мин. 08.12.2015г.

08.12.2015г. на рассмотрение дела явилась <...>. Заявитель <...> не явилась, представителя не направила.

В ходе рассмотрения дела <...> поддержала данные ранее устные и письменные пояснения.

На основании документов и пояснений, имеющихся в материалах дела, Комиссией установлено следующее.

30 июня 2015 года в ходе осмотра информации Иркутским УФАС России на сайте the-province.ru обнаружена статья под заголовком «Взболтать, смешать: Коктейльный гид» по адресу <http://the-province.ru/food/vzboltat-smeshat-kokteyli>.

В данной статье содержится информация о баре «DesingBar». Кроме того, содержится информация о следующих коктейлях: «MAI TAI», «SPRITZ», «CHARLIE CHAPLIN», «INTRO», «DAIQUIRI» с указанием их состава и стоимости.

При этом указано, что в коктейле «MAI TAI», стоимостью 400 рублей, один из ингредиентов – ром. В коктейле «SPRITZ», стоимостью 400 рублей, содержатся сухой игристый и итальянский аперитивы. Коктейль «CHARLIE CHAPLIN», стоимостью 350 рублей, состоит из тернового джина, абрикосового бренди и сока лимона. В коктейле «INTRO», стоимостью 300 рублей, ингредиенты – текила и красный портвейн. В коктейле «DAIQUIRI», стоимостью 310 рублей, содержится ром.

Следовательно, в рассматриваемой статье содержится информация о коктейлях, реализуемых в баре «DesingBar», в состав которых входят ром, аперитивы, джин, бренди, текила, портвейн.

В соответствии с "ОК 034-2007 (КПЕС 2002). Общероссийский [классификатор](#) продукции по видам экономической деятельности" следующие категории продукции: «Ром» ([код 15.91.10.141](#)), «Джин (водка можжевельная)» ([код 15.91.10.151](#)), «Бренди» (код 15.91.10.125), «Текила» ([код 15.91.10.222](#)) относятся к виду "Напитки алкогольные дистиллированные" ([код 15.91.10](#)), подгруппе "Напитки алкогольные дистиллированные" ([код 15.91.1](#)), группе "Напитки алкогольные дистиллированные" ([код 15.91](#)), подклассу "Напитки" ([код 15.9](#)), классу "Продукты пищевые и напитки" ([код 15](#)), [подразделу DA](#) "Продукты пищевые, напитки и изделия табачные", [разделу D](#) "Продукция обрабатывающих производств".

В толковом словаре Ожегова (С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. 1949-1992) дается следующее определение слову «Аперитив» - слабый спиртной напиток, возбуждающий аппетит.

Согласно "Пояснениям к единой Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности Содружества Независимых Государств (ТН ВЭД СНГ)" (утв. решением Совета руководителей таможенных служб государств - участников Содружества Независимых Государств от 22.06.2012 N 5/55) (Том 1. Разделы I - VI. Группы 1 - 28) «Аперитив» включается в товарную позицию «Вермуты и виноградные натуральные вина прочие с добавлением растительных или ароматических веществ».

Слово «Портвейн» имеет следующие значения: в толковом словаре Ожегова (С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. 1949-1992) - сладкое крепленое виноградное вино; в Большом энциклопедическом словаре – крепкое виноградное вино, полученное неполным сбраживанием сусла или мезги с последующим добавлением спирта; в Толковом словаре Даля – одно из крепких красных вин.

Исходя из "Пояснений к единой Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности Содружества Независимых Государств (ТН ВЭД СНГ)" (утв. решением Совета руководителей таможенных служб государств - участников Содружества Независимых Государств от 22.06.2012 N 5/55) (Том 1. Разделы I - VI. Группы 1 - 28) «Портвейн» относится к десертным винам и включаются в товарную позицию «Вина виноградные натуральные, включая крепленные».

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, сидр, пуаре, медовуха ([п. 7 ст. 2](#) ФЗ "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции" N 171-ФЗ от 22.11.1995).

Таким образом, ром, аперитивы, джин, бренди, текила, портвейн являются разновидностью алкогольной продукции.

Следовательно, в рассматриваемой статье содержится информация о конкретных алкогольных коктейлях, реализуемых баром «DesingBar» - «MAI TAI», «SPRITZ», «CHARLIE CHAPLIN», «INTRO», «DAIQUIRI» с указанием алкогольной составляющей каждого коктейля - ром, аперитивы, джин, бренди, текила, портвейн.

Помимо этого описание каждого алкогольного коктейля сопровождается цветным изображением оформления и подачи таких коктейлей.

Так же в статье указан адрес бара «DesingBar» - <...>.

На основании изложенного следует, что рассматриваемая статья привлекает внимание читателей и формирует их интерес к алкогольной продукции - конкретным алкогольным коктейлям: «MAI TAI», «SPRITZ», «CHARLIE CHAPLIN», «INTRO», «DAIQUIRI», реализуемым баром «DesingBar» по указанной цене.

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.

Таким образом, рассматриваемая статья является рекламой.

В соответствии с п. 8 ч. 2 ст. 21 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ, реклама алкогольной продукции не должна размещаться в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

На основании указанного, рассматриваемая реклама нарушает п. 8 ч. 2 ст. 21 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ.

В соответствии с ч. 7 ст. 38 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ, ответственность за нарушение требований п. 8 ч. 2 ст. 21 данного Федерального закона несет рекламораспространитель.

В ходе проведенного расследования установлено, что администратором доменного имени the-province.ru является <...>.

По сообщению Управления Роскомнадзора по Иркутской области сайт «Провинция» средством массовой информации не является.

Следовательно, рекламодателем рассматриваемой рекламы является <...>.

На основании вышеизложенного следует, что действия <...>, являющейся рекламодателем распространённой 30 июня 2015 года в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по адресу <http://the-province.ru/food/vzboltat-smeshat-kokteyli> на сайте «Провинция» рекламной статьи под заголовком «Взболтать, смешать: Коктейльный гид», нарушают требования п. 8 ч. 2 ст. 21 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с ч. 4 ст. 38 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ, нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с [ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВОМ](#) Российской Федерации об административных правонарушениях.

В связи с отсутствием доказательств прекращения <...> нарушения требований рекламного законодательства – доказательства прекращения распространения рекламы алкогольной продукции в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», Комиссией Иркутского УФАС России принято решение о выдаче <...> соответствующих предписаний.

На основании части 1 пункта 2 статьи 33, части 1 статьи 36 Федерального 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 распространённую 30 июня 2015 года на сайте «Провинция» в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по адресу <http://the-province.ru/food/vzboltat-smeshat-kokteyli> рекламную статью под заголовком «Взболтать, смешать: Коктейльный гид», содержащую изображения бутылок, бокалов, сопровождающуюся следующей текстовой информацией: «Ещё четверг, но бармен DesingBar Антон Воскресенский уже морально готовит нас к выходным и рассказывает о самых популярных коктейлях. Чтобы оказаться в нужном месте и в нужное время, приходите вечером в DesingBar. В авангарде барного искусства и неизменной дружелюбности к постоянным и новым гостям, команда DesingBar'a представляет собственную технику и стиль работы в оформлении самых актуальных мировых трендов барной культуры. MAI TAI 400 рублей Флагман мировой тики-культуры. Ошеломляющий тропический коктейль, в котором сплошное солнце, двойная порция рома и нет места лирике. SPRITZ 400 рублей Заморский и уже категорически любимый союз из сухого игристого и

итальянского аперитива, который добавляет свои особые оттенки. Глоток свежести и праздника прельщает оттенками красного. Вторым глотком обернется ясность. Прозрачная чистота воззрений. CHARLIE CHAPLIN 350 рублей лаконичная триада тернового джина, абрикос бренди и сока лимона. Полутона насыщенного вкуса в классической подаче. INTRO 330 рублей Ода ушедшему году, по-авторски осмысленный союз текилы и красного портвейна. Непременно обогатит багаж впечатлений гостя DesingBar'a DAIQUIRI 310 рублей Сок лайма. Сплетенный с чутким и проникновенным кубинским ромом, самобытный, не оставляющий сомнений аккомпанемент вечеру. Этот коктейль полагается пить немедленно, дабы ощутить всю свежесть напитка. DesingBar (<...>)), в связи с нарушением требований п. 8 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе», поскольку реклама алкогольной продукции не должна размещаться в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

2. Выдать <...> предписание о прекращении нарушения требований рекламного законодательства.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Иркутского УФАС России для решения вопроса о привлечении виновных лиц к административной ответственности.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации в течение 3-х месяцев со дня его принятия.