

РЕШЕНИЕ

«13» мая 2016г.

г. Кемерово

Комиссия Кемеровского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Заместителя председателя  
Комиссии:

Ланцман Л.И. -  
Акатьевой И.С. -

заместителя руководителя  
управления;

главного специалиста -  
эксперта отдела рекламы,  
недобросовестной  
конкуренции и финансовых  
рынков;

Членов Комиссии:

Даниловой М.И. -

специалиста – эксперта  
отдела рекламы,  
недобросовестной  
конкуренции и финансовых  
рынков,

рассмотрев дело № 28/Р-2016, возбужденное в отношении <...> (далее – <...>, адрес места жительства: <...>) рекламы, содержащей признаки нарушения пункта 8 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту - ФЗ «О рекламе»).

УСТАНОВИЛА:

21.01.2016г. в адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области поступило заявление <...> (вх. № 171э от 21.01.2016г.) о наличии признаков нарушения ФЗ «О рекламе» при распространении рекламы алкогольной продукции в сети «Интернет» на сайте moskidka.ru, на странице сайта <http://www.moskidka.ru/news.php?extend.16973>.

Кемеровским УФАС России была проведена проверка указанного сайта, по результатам проверки составлен акт осмотра сайта и было установлено, что на сайте действительно размещена реклама алкогольной продукции.

Из информации, представленной в адрес Кемеровского УФАС России ООО «Регтайм» (исх. № 533 от 11.02.2016г.), следует, что администратором доменного имени moskidka.ru является <...>.

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

В соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 8 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе», несёт рекламораспространитель.

В данном случае рекламораспространителем является <...>.

14.03.2016г. определением о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе Кемеровским УФАС России было возбуждено дело № 28/Р-2016 в отношении <...> и назначено к рассмотрению на 14.04.2016г. в 09 часов 00 минут. Данное определение было направлено в адрес <...> заказным письмом с уведомлением о вручении.

30.03.2016г. в адрес Кемеровского УФАС России поступили письменные пояснения, из которых следует, что <...> является администратором доменного имени moskidka.ru. На сайте аккумулируется информация о сниженных

ценах, акциях, скидках, распродажах в популярных розничных сетях Москвы и Подмосковья, с целью предоставления посетителям сайта справочно-информационных и аналитических материалов для сравнения цен на те или иные товары в различных торговых организациях Московского региона, и не имеет в качестве основной цели продвижение товара на рынке. Из пояснений следует, что сайт <http://www.moskidka.ru/news.php?extend.16973> никак не выделялся среди аналогичных обзоров скидок и распродаж других супермаркетов в данной категории, к ней не привлекалось отдельное внимание, на эту страницу не было ссылок с главной страницы сайта, или баннеров с других страниц сайта, или любых других сайтов сети «Интернет».

Информационное наполнение сайта <...> проводилось самостоятельно, подбирались из открытых источников, в частности на странице <http://www.moskidka.ru/news.php?extend.1697>. Информация была взята <...> для сравнения с предложениями других супермаркетов с сайта магазина «Норман» по адресу: <http://norman.com/ru/moskow/products/html> и со страницы <http://norman.com/ru/fs/msk/pdf>.

14.04.2016г. состоялось рассмотрение дела № 28/Р-2016 в отсутствие представителя <...>, уведомленного надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения данного дела.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия Кемеровского УФАС России пришла к выводу о необходимости отложения рассмотрения данного дела для получения дополнительных доказательств.

Определением от 14.04.2016г. рассмотрение дела № 28/Р-2016 было отложено на 13.05.2016г. в 08 часов 50 минут. Данное определение было направлено в адрес <...> заказным письмом с уведомлением о вручении.

04.05.2016г. в адрес Кемеровского УФАС России поступили письменные пояснения <...> (исх. б/н, б/д), из которых следует, что на сайте [moskidka.ru](http://www.moskidka.ru) нет формирования и поддержания интереса к конкретному юридическому лицу или его товару, услуге, поскольку однородная информация, размещенная среди таких же однородных сведений о различных товарах, магазинах не позволяет выделить какой-либо отдельный товар или бренд и сформировать к нему интерес. Подтверждение информационной направленности сайта [moskidka.ru](http://www.moskidka.ru) можно найти в журналистских статьях крупных интернет изданий, например «ФинМаркет» <http://www.finmarket.ru/txt.asp?id=2629973>, «Рамблер.Новости» <http://news.rambler.ru/lifestyle/12255898>, «Рамблер.Финансы» <http://finance.rambler.ru/news/economics/101661602.html>. Цели сайта также подтверждаются на странице контактов сайта <http://www.moskidka.ru/contact.php>, где указано: «Сайт не является представителем торговых сетей, а лишь информирует пользователей об акциях, скидках и ценах. Информация на сайте носит справочно – информационный характер, предоставлена из открытых источников и не имеет в качестве основной цели продвижение товаров или услуг. Материалы сайта не являются публичной офертой или призывом к действию и предназначаются для лиц старше 18 лет».

<...> также поясняет, что не сотрудничает и не имеет договорных отношений с торговыми сетями или с производителями товаров. Информационное наполнение сайта проводится <...> самостоятельно, из открытых источников, путем обзора справочных материалов о скидках и акциях в супермаркетах г. Москвы, реализующих, в том числе и алкогольную продукцию, с сайтов самих магазинов.

На сайте [moskidka.ru](http://www.moskidka.ru) в справочных информационных обзорах товаров со скидкой среди таких же однотипных обзоров не привлекается отдельное внимание к какому – либо конкретному товару, бренду или услуге, и, как следствие, нет формирования и поддержания интереса к конкретному юридическому лицу или его товару, услуге, поскольку однородная информация, размещенная среди таких же однородных сведений о различных скидках и акциях на различные товары, в различных магазинах, не позволяет выделить какой-либо отдельный товар или магазин и сформировать к нему интерес. Следовательно, такая справочная информация, по мнению <...>, не может считаться рекламой.

13.05.2016г. состоялось рассмотрение дела № 28/Р-2016 в отсутствие <...>, уведомленного надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения данного дела.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия Кемеровского УФАС России установила:

21.01.2016г. в адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области поступило заявление <...> (вх. № 171э от 21.01.2016г.) о наличии признаков нарушения ФЗ «О рекламе» при распространении рекламы алкогольной продукции в сети «Интернет» на сайте [moskidka.ru](http://www.moskidka.ru), на странице сайта <http://www.moskidka.ru/news.php?extend.16973>.

Кемеровским УФАС России была проведена проверка указанного сайта, по результатам проверки составлен акт осмотра сайта и было установлено, что на сайте действительно размещена реклама алкогольной продукции.

В соответствии с [пунктом 1 статьи 3](#) ФЗ «О рекламе» реклама - это 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.

Вместе с тем согласно [пункту 3 части 2 статьи 2](#) ФЗ «О рекламе» данный Федеральный закон не распространяется на справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение

товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой.

Не является рекламой информация о производимых или реализуемых товарах, размещенная на сайте производителя или продавца данных товаров или на страницах в социальных сетях производителя или продавца данных товаров, если указанные сведения предназначены для информирования посетителей сайта или страницы в социальной сети о реализуемых товарах, ассортименте, правилах пользования, также не является рекламой информация о хозяйственной деятельности компании, акциях и мероприятиях, проводимых данной компанией и т.п. В том числе не является рекламой информация о скидках или проводимых акциях, размещенная на сайтах, на которых аккумулируются и предлагаются различные купоны или билеты, позволяющие приобрести товар со скидкой. Следовательно, на такую информацию положения ФЗ «О рекламе» не распространяются.

<...> не является ни производителем, ни продавцом рекламируемых товаров.

Наличие в рекламе надписи «чрезмерное употребление алкоголя вредит Вашему здоровью», также указывает на то, что информация в рекламе имеет отношение именно к алкогольной продукции. В рассматриваемой рекламе объектом рекламирования выступают конкретные товары - алкогольная продукция различных наименований и марок, которые можно индивидуализировать и выделить из ряда однородных. Таким образом, информация, размещенная в сети Интернет на странице сайта <http://www.moskidka.ru/news.php?extend.16973> содержит сведения рекламного характера, поскольку направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, а также формирует и поддерживают интерес неопределенного круга потребителей к указанному товару (алкогольной продукции).

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

В нарушение данной правовой нормы в сети Интернет на сайте moskidka.ru, на странице сайта <http://www.moskidka.ru/news.php?extend.16973> размещена реклама алкогольной продукции.

В соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 8 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе», несёт рекламодатель.

В данном случае рекламодателем является <...>.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия Кемеровского УФАС России,

РЕШИЛА:

1. Признать <...> (адрес места жительства: <...>) нарушившим требования пункта 8 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе», при размещении рекламы алкогольной продукции в сети Интернет.
2. Выдать <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Кемеровского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 20 мая 2016 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня вынесения.

Заместитель председателя Комиссии:	Л.И. Ланцман
Члены Комиссии:	И.С. Акатьева
	М.И. Данилова