

ИП <...>

ИП <...>

№ 378/04-01 от 18.01.2017 <...>

## РЕШЕНИЕ по делу № 04-01/61-16

«29» декабря 2016 года г. Ярославль

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Ярославской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя управления Паутов И. Г.,

члены Комиссии – начальник отдела контроля органов власти и рекламы Гудкевич Е. В., главный специалист-эксперт Солодяшкина С.Д., специалист-эксперт Бочарова А. В.,

рассмотрев дело № 04-01/61-16 по признакам нарушения законодательства о рекламе по факту размещения рекламы магазинов разливного пива «Бочонок», а также пивной продукции, реализуемой в данных магазинах с признаками нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в присутствии лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – ИП <...>, а также ИП <...>

### УСТАНОВИЛА:

Ярославским УФАС России в связи с поступившим 11 октября 2016 г. обращением физического лица 21 октября 2016 г. установлен факт распространения информации следующего содержания: «Магазины разливного пива «Бочонок» ПИВО ЗА РЕПОСТ Розыгрыш проводится в честь открытия нового магазина «ЗАВОЛГОЙ» ул. Серго Орджоникидзе, 35 Б 1 место- 5 литров, 2 место- 3 литра, 3 место- 2 литра, 4-43 – 1 литр Условия розыгрыша: 1. Сделать репост данной записи 2. Быть участником наше группы vk.com/yarbochonok...50 литров вкуснейшего разливного отечественного пива на Ваш выбор в любом удобном для вас магазине...», размещенной в сети Интернет на сайте «В Контакте», в частности, 08 сентября 2016 г. в 01.26 на странице «Подслушано в Ярославле!» (<http://vk.com/yarchat>), 08 сентября 2016 г. в 06.02 на странице «Ярпортал (Ярославль)» (<http://vk.com/yarportal>), 08 сентября 2016 г. в 03.03 на странице «Бесплатно в Ярославле!» (<http://vk.com/yarbesplatno>).

Дело возбуждено в отношении ИП <...>

и ИП <...> по признакам нарушения пункта 8 части 2 статьи 21, а также пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»), поскольку рассматриваемая реклама

содержит информацию о пиве и размещена в сети Интернет на сайте «В Контакте» на страницах «Бесплатно в Ярославле!» (<http://vk.com/yarbesplatno>), «Подслушано в Ярославле!» (<http://vk.com/yarchat>), «Ярпортал (Ярославль)» (<http://vk.com/yarportal>), а также данная реклама содержит утверждение «50 литров вкуснейшего разливного отечественного пива».

ИП <...>

пояснил, что в социальной сети «В Контакте» в группах «Бесплатно в Ярославле», «Подслушано в Ярославле!», «Ярпортал (Ярославль)» действительно размещалась реклама пивных баров и стационарных пивных магазинов. Правилами социальной сети «В Контакте», как и законодательством РФ запрещена реклама алкогольной продукции и дистанционная продажа алкоголя. ИП <...> считает, что руководствовался этими правилами, возможно, ошибочно. Неоднократно вступал в переписку с технической поддержкой социальной сети «В Контакте» по поводу соответствия того или иного конкурса на предмет соблюдения правилам социальной сети «В Контакте». Позиция техподдержки социальной сети «В Контакте» состоит в том, что нельзя рекламировать алкоголь и дистанционную продажу алкоголя, но можно рекламировать стационарные пивные магазины и пивные бары. В данном случае полагал, что реклама алкогольной продукции в рекламе пивбара отсутствует. Также в данном случае отсутствует указание пивного бренда, а просто указано слово, которое не рекламируется, а является призом в розыгрыше. Без указания бренда пива, указанные конкурсы не имеют никакого рекламного эффекта для того или иного бренда пива. Кроме того, в соответствии с разъяснениями ФАС России от 28.08.2015 № АК/45828/15 не является рекламой информация о скидках или проводимых акциях, размещенная на сайтах, на которых аккумулируются и предлагаются различные купоны и билеты, позволяющие приобрести товар со скидкой, следовательно, на такую информацию положения ФЗ «О рекламе» не распространяются. ИП <...> полагал, что его группы в социальной сети «В Контакте» «Бесплатно в Ярославле!» (<http://vk.com/yarbesplatno>), «Подслушано в Ярославле!» (<http://vk.com/yarchat>), «Ярпортал (Ярославль)» (<http://vk.com/yarportal>) являются как раз аккумулятором акций от компаний, позволяющих приобрести товар со 100-процентной скидкой, то есть выиграть. Что касается некорректного сравнения «самый», «вкуснейшее» в рекламе, то ИП <...> впредь обязуется не использовать подобных выражений в рекламе. Вину ИП <...> признает, спорная реклама не размещается с 30 октября 2016 г.

Копии аналогичных пояснений ранее представлены ИП <...> в материалы дела (вх. № 20698 от 22.12.2016).

Также в материалы дела представлены следующие документы (вх. № 20997 от 29.12.2016), а именно, копия договора № 11 от 08 сентября 2016 г., заключенного между ИП <...> и ИП <...> на размещение рассматриваемой рекламы, копия акта № 1 от 30.09.2016 г., копия согласованного макета рассматриваемой рекламы.

ИП <...> поддержал пояснения, данные ИП <...>. Кроме того, относительно использования в рекламе определения «вкуснейшее пиво», пояснил, что пиво, по его мнению, реализуется в магазинах разливного пива «Бочонок», действительно высокого качества, в том числе и по вкусовым характеристикам.

Рассмотрев материалы дела, заслушав ИП <...> и ИП <...>, Комиссия пришла к

следующим выводам.

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») реклама – информация, распространяемая любым способом, в любой форме и использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование и поддержание интереса к нему, и его продвижение на рынке.

Пункт 2 той же статьи определяет объект рекламирования как 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.

Информация, размещенная в сети Интернет на сайте «В Контакте» на страницах «Бесплатно в Ярославле!» (<http://vk.com/yarbesplatno>), «Ярпортал (Ярославль)» (<http://vk.com/yarportal>), «Подслушано в Ярославле!» (<http://vk.com/yarchat>) обладает всеми вышеперечисленными признаками и, следовательно, является рекламой. Объектами рекламирования в данной статье выступают магазины разливного пива «Бочонок», а также пивная продукция, реализуемая в данных магазинах, а также продукция, реализуемая в данном пивном баре.

Кроме того, страница «Бесплатно в Ярославле!» (<http://vk.com/yarbesplatno>), «Ярпортал (Ярославль)» (<http://vk.com/yarportal>), «Подслушано в Ярославле!» (<http://vk.com/yarchat>) на сайте «В Контакте», на которой размещалась рассматриваемая информация, а также в целом сайт «В Контакте» не являются сайтом, на котором аккумулируются и предлагаются различные купоны и билеты, позволяющие приобрести товар со скидкой. Следовательно, на данную информацию распространяются требования ФЗ «О рекламе».

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

В соответствии с Письмом ФАС России от 24.01.2011 N АК/1829 "О разграничении понятий вывеска и реклама", а также Письмом ФАС России от 26.12.2013 № АК/53059/13 «О разграничении понятий вывеска и реклама» системный анализ гражданского законодательства Российской Федерации свидетельствует о том, что объектом рекламирования может быть тот товар, предназначенный для продажи или иного введения в гражданский оборот, который можно индивидуализировать, выделить среди однородной группы товаров. Соответственно, реклама товара всегда представляет собой информацию о конкретном товаре, который можно индивидуализировать внутри группы однородных товаров.

Учитывая изложенное, сами по себе слова и выражения: пиво, живое пиво, вина, вина Кубани, сигареты, алкоголь, табак и т.п., не могут быть признаны рекламой, поскольку представляют собой обобщенное наименование группы товаров и не позволяют выделить конкретный товар среди ряда однородных товаров и сформировать к нему интерес.

Таким образом, поскольку рассматриваемая рекламная информация не содержит указания на конкретные марки пивной продукции, то в данном случае имеет место не реклама пива и алкогольной продукции, а рекламируются магазины разливного пива «Бочонок».

Следовательно, в данном случае не установлено нарушения пункта 8 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

На основании пункта 1 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Указание «50 литров вкуснейшего разливного отечественного пива» в рассматриваемой рекламе означает, что пиво в других заведениях, такой характеристикой не обладает и не относится к числу «вкуснейшего».

Таким образом, рассматриваемая реклама содержит некорректное сравнение товара, реализуемого в рекламируемых магазинах разливного пива «Бочонок», с товарами, реализуемыми в других магазинах, что является нарушением пункта 1 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Кроме того, согласно пункту 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с пунктом 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов "лучший", "первый", "номер один", должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

В материалы дела ИП <...> ИП <...> не предоставлено объективных подтверждений информации «50 литров вкуснейшего разливного отечественного пива», в рекламе

таких данных тоже не указано.

Следовательно, поскольку рассматриваемая реклама содержит утверждение «50 литров вкуснейшего разливного отечественного пива» без указания объективных подтверждений и доказательств, то в данном случае установлено нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение частей 2, 3 статьи 5 Закона несет рекламодатель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

ООО «В Контакте» в ответ на запрос Ярославского УФАС России (вх. № 18930 от 15.11.2016) сообщило, что создателем интернет-страниц «Бесплатно в Ярославле!» (<http://vk.com/yarbesplatno>), «Ярпортал (Ярославль)» (<http://vk.com/yarportal>), «Подслушано в Ярославле!» (<http://vk.com/yarchat>) является пользователь <...>, дата рождения 28.10.1980. Также указано, что создатель обладает полным спектром прав при управлении сообществом.

Согласно выписки из ЕГРИП <...>, дата рождения 28.10.1980, является индивидуальным предпринимателем.

ИП <...> в ответ на запрос Ярославского УФАС России относительно распространения рассматриваемой рекламы предоставил следующие документы (вх. № 19073 от 17.11.2016), а именно, копию договора № 11 возмездного оказания услуг от 08.09.2016 г., заключенного с ИП <...>, а также копию акта № 1 от 30.09.2016 г. об оказании услуг по размещению рекламных новостей, в частности, в группе <http://vk.com/yarbesplatno>.

Кроме того, на заседании Комиссии Ярославского УФАС России 29.12.2016 г. ИП <...> в материалы дела представлены следующие документы (20997 от 29.12.2016), а именно, копия договора № 11 от 08 сентября 2016 г., заключенного между ИП <...> и ИП <...> на размещение рассматриваемой рекламы, копия акта № 1 от 30.09.2016 г., копия согласованного макета рассматриваемой рекламы.

На основании изложенного и представленных в материалы дела документов и пояснений, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП <...>

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Ответственность за нарушения требований пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 «О рекламе» предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 4, 26, 37-43, 44-45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу: «Магазины разливного пива «Бочонок» ПИВО ЗА РЕПОСТ Розыгрыш проводится в честь открытия нового магазина «ЗАВОЛГОЙ» ул. Серго Орджоникидзе, 35 Б 1 место- 5 литров, 2 место- 3 литра, 3 место- 2 литра, 4-43 – 1 литр Условия розыгрыша: 1. Сделать репост данной записи 2. Быть участником наше группы vk.com/yarbochonok...50 литров вкуснейшего разливного отечественного пива на Ваш выбор в любом удобном для вас магазине...», размещенную в сети Интернет на сайте «В Контакте», в частности, 08 сентября 2016 г. в 01.26 на странице «Подслушано в Ярославле!» (<http://vk.com/yarchat>), 08 сентября 2016 г. в 06.02 на странице «Ярпортал (Ярославль)»(<http://vk.com/yarportal>), 08 сентября 2016 г. в 03.03 на странице «Бесплатно в Ярославле!» (<http://vk.com/yarbesplatno>), содержащую некорректное сравнение товара, реализуемого в рекламируемых магазинах разливного пива «Бочонок», с товарами, реализуемыми в других магазинах, а также несоответствующие действительности сведения о преимуществах товара, реализуемого в рекламируемых магазинах разливного пива «Бочонок», с товарами, реализуемыми в других магазинах, поскольку в данном случае нарушены требования пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Ярославского 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 «18» января 2017 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии И. Г. Паутов

Члены Комиссии: Е. В. Гудкевич

С.Д. Солодяшкина

А. В. Бочарова

## ПРЕДПИСАНИЕ

### О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

### РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ ПО ДЕЛУ № 04-01/61-16

29 декабря 2016 года город Ярославль

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Ярославской

области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя управления Паутов И. Г.,

члены Комиссии – начальник отдела контроля органов власти и рекламы Гудкевич Е. В., главный специалист-эксперт Солодяшкина С.Д., специалист-эксперт Бочарова А. В.,

на основании своего решения от «29» декабря 2016 г. по делу № 04-01/61-16 о признании ненадлежащей рекламы магазинов разливного пива «Бочонок», а также пивной продукции, реализуемой в данных магазинах, поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»), в соответствии с пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 4, 26, 37-43, 44, 45, 48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП <...>, в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: прекратить распространение рекламы: «Магазины разливного пива «Бочонок» ПИВО ЗА РЕПОСТ Розыгрыш проводится в честь открытия нового магазина «ЗАВОЛГОЙ» ул. Серго Орджоникидзе, 35 Б 1 место- 5 литров, 2 место- 3 литра, 3 место- 2 литра, 4-43 – 1 литр Условия розыгрыша: 1. Сделать репост данной записи 2. Быть участником наше группы vk.com/yarbochonok...50 литров вкуснейшего разливного отечественного пива на Ваш выбор в любом удобном для вас магазине...», содержащей некорректное сравнение товара, реализуемого в рекламируемых магазинах разливного пива «Бочонок», с товарами, реализуемыми в других магазинах, а также несоответствующие действительности сведения о преимуществах товара, реализуемого в рекламируемых магазинах разливного пива «Бочонок», с товарами, реализуемыми в других магазинах.

2. ИП <...>, представить в Ярославское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 05 марта 2017 г.

В случае невыполнения в установленный срок законного предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Управление Федеральной антимонопольной службы по Ярославской области вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на граждан штраф в размере от трехсот до пятисот рублей, на должностных лиц – от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей, на юридических лиц – от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии И. Г. Паутов

Члены Комиссии Е. В. Гудкевич

С.Д. Солодяшкина

А. В. Бочарова