

**ИП Бурцева Е.М.**

Юридический адрес: 162603, г.  
Череповец, ул. Усадебная, д. 18.

Почтовый адрес: г. Череповец, ул.  
Гоголя, д. 43.

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2015г. № \_\_\_\_\_

**Заявитель:**

<...>

Резолютивная часть оглашена 02 сентября 2015 г.

Решение в полном объеме изготовлено 09 сентября 2015 г.

г. Вологда

### **РЕШЕНИЕ № 49/2015**

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

председатель Комиссии: Смышляева И.А.– и.о. заместителя руководителя  
Управления;

члены Комиссии:

Власов А.А. – начальник отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции  
и торговли;

Галанина О.В. – государственный инспектор отдела контроля рекламы,  
недобросовестной конкуренции и торговли;

Есина Е.М. - специалист 1 разряда отдела контроля рекламы, недобросовестной  
конкуренции и торговли,

рассмотрев дело № 49/2015 по признакам нарушения ИП Бурцевой Е.М. (далее-  
Предприниматель), Федерального закона 2006 года №38-ФЗ «О рекламе» (далее -  
Закон «О рекламе»),

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

- представитель Предпринимателя: <.> по доверенности от 01.09.2015 г. (далее – Представитель Предпринимателя);

### **УСТАНОВИЛА:**

Должностным лицом отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и торговли Управления Федеральной антимонопольной службы по Вологодской области (далее- Управление), в ходе осуществления государственного контроля по соблюдению законодательства Российской Федерации о рекламе установлено, что на сайте <http://www.gorodche.ru/> была размещена статья «Хочу быть дедушкой» с изображением фотографии алкогольной продукции с наименованием и расценками данного товара. Данная фотография алкогольной продукции имеет признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, поскольку в ней усматривается нарушение п. 8 ч. 2 ст. 21 Закона «О рекламе».

На основании п.8 ч.2. ст. 21 Закона «О рекламе», реклама алкогольной продукции не должна размещаться в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

Из материалов дела следует, что статья: «Хочу быть дедушкой» была размещена на сайте <http://www.gorodche.ru/> с изображением фотографий алкогольной продукции с наименованием и расценками данного товара.

Согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации Эл № ФС-7756379 от 11.12.2013 г. «Портал «ГородЧе» с доменным именем сайта [gorodche.ru](http://www.gorodche.ru/) принадлежит ООО «Реклама-сервис». В соответствии с договором между учредителем средства массовой информации и издательством сетевое издание «Портал «ГородЧе» от 13.02.2014 г. ООО «Реклама-сервис» на основании п.1.2. данного договора передало деятельность по изданию сетевого издания «Портал «ГородЧе» ИП Бурцевой Е.М.

На основании данного договора, рекламораспространителем информации размещенной в сетевом издании «Портал «ГородЧе» на сайте <http://www.gorodche.ru/>, является ИП Бурцева Е.М.

На заседании Комиссии представитель Предпринимателя пояснил, что фотография алкогольной продукции попала в статью «Хочу быть дедушкой» случайно и предназначалась для опубликования в другой статье, посвященной ценам на продукты питания. Поскольку все фотографии сетевого издания «Портал «ГородЧе» ([www.gorodche.ru](http://www.gorodche.ru/)) хранятся в одном месте, фотография прилавка с алкогольной продукцией случайно была загружена в статью под заголовком «Хочу быть дедушкой». По мнению представителя Предпринимателя, нарушение рекламного законодательства отсутствует.

Комиссией установлено, что статья «Хочу быть дедушкой» размещалась на сайте

<http://www.gorodche.ru/> в период с 29.06. по 16.07.2015 г.

Рассмотрев материалы дела, заслушав представителя Предпринимателя, Комиссия приходит к выводу, что данная реклама не соответствует п. 8 ч. 2 ст. 21 Закона «О рекламе».

В соответствии со статьей 3 Закона «О рекламе» рекламой является информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с помощью 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.

Объектом рекламирования является товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимание к которым направлена реклама.

Товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Статья, размещенная в сетевом издания «Портал «ГородЧе» ([www.gorodche.ru](http://www.gorodche.ru)), под заголовком «Хочу быть дедушкой» с изображением фотографии прилавка с алкогольной продукцией и расценками на данный товар, содержит в себе признаки рекламы.

На основании п.8 ч.2. ст. 21 Закона «О рекламе», реклама алкогольной продукции не должна размещаться в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

В силу статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» (далее – Закон № 171-ФЗ), 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.

В пункте 7 статьи 2 № 171-ФЗ, говорится, что 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.

В силу пункта 9 статьи 2 № 171-ФЗ, спиртные напитки - алкогольная продукция, которая произведена с использованием этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции и не относится к винным напиткам.

В силу ч.2 п. 46 «ГОСТ Р 52190-2003. Национальный стандарт Российской Федерации. Напитки спиртные. Термины и определения», утвержденного Постановлением Госстандарта России от 29.12.2003 N 421-ст, виски: спиртной напиток крепостью не менее 40,0% со специфическим ароматом и вкусом, приготавливаемый перегонкой (дистилляцией) сброженного сусла из зерна злаковых и/или приготовленного из него солода с последующей выдержкой

дистиллята крепостью не более 94,8% в дубовых бочках вместимостью не более 700 куб. дм в течение не менее трех лет и купажированием его с исправленной водой и добавлением или без добавления колера.

Таким образом, виски является общеизвестным видом алкогольной продукции.

Согласно материалам дела, на сайте сетевого издания «Портал «ГородЧе» ([www.gorodche.ru](http://www.gorodche.ru)) в статье «Хочу быть дедушкой» была размещена фотография алкогольной продукции, а именно виски «Jeck Daniels» с расценками данного товара. Согласно заявлению гражданина, данная реклама привлекла его внимание к алкогольной продукции.

Отсюда следует, что указание в рассматриваемой статье вид алкогольной продукции вызывает интерес потребителей к данной алкогольной продукции.

Таким образом, реклама алкогольной продукции была размещена в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" на сайте сетевого издания «Портал

«ГородЧе» ([www.gorodche.ru](http://www.gorodche.ru)), что нарушает требования п.8 ч.2. ст. 21 Закона «О рекламе».

В силу части 4 статьи 3 Закона «О рекламе», ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Рекламораспространителем данной рекламы, т.е. лицом, осуществляющим распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, является Предприниматель, что подтверждается договором от 13.01.2014 г.

В соответствии с частями 7 статьи 38 Закона «О рекламе», рекламораспространитель несет ответственность за нарушение п. 8 ч. 2 ст. 21 названного Федерального закона.

На основании вышеизложенного, руководствуясь статьей 36 Закона «О рекламе», в соответствии с пунктом 37 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу алкогольной продукции, размещенную в сетевом издании «Портал «ГородЧе» на сайте [www.gorodche.ru](http://www.gorodche.ru), в статье «Хочу быть дедушкой», поскольку она не соответствует требованиям п. 8 ч. 2 ст. 21 Закона «О рекламе».

2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Вологодского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской

Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в суд в трехмесячный срок со дня вынесения решения.

Подача заявления о признании недействительным решения антимонопольного органа не приостанавливает исполнение решения, если судом не будет вынесено определение о приостановлении исполнения решения.

Председатель Комиссии

\_\_\_\_\_:

И.А. Смышляева

А.А. Власов

\_\_\_\_\_:

О.В. Галанина

\_\_\_\_\_:

Е.М. Есина

\_\_\_\_\_:

8(8172)72-99-64