

22 августа 2016 года

г. Владивосток

Ведущий специалист-эксперт отдела контроля антимонопольного законодательства и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Приморскому краю (далее - Приморское УФАС России), рассмотрев материалы дела № 30/07-2015 по факту распространения ненадлежащей рекламы с нарушением требования пункта 8 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

14.01.2016 года в результате рассмотрения дела № 30/07-2015, возбужденного Приморским УФАС России, Комиссия Приморского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) признала ненадлежащей, нарушающей требования пункта 8 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе», рекламу распространяемую ООО «Фарпост»,

В Приморское УФАС России от <.....> поступило обращение о размещении в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» рекламы алкогольной продукции.

Специалисты Приморского УФАС России изучив указанную в обращении рекламу, установили следующее.

В информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на сайте <http://www.farpost.ru/khabarovsk/food/other/vino-akadama-38156429.html> размещена реклама вина «Akadama» (с содержанием этилового спирта 14%) (акт фиксации от 06.11.2015), а на <http://www.farpost.ru/vladivostok/food/japonskoe-pivo-ochen-deshevo-2725151.html> реклама пива «ORION» (с содержанием этилового спирта 5%) (акт фиксации от 06.11.2015).

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» под рекламой понимается 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.

Из пункта 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» следует, что объектом рекламирования является 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.

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

Таким образом, в указанной рекламе объектом рекламирования является вино «Akadama» (с содержанием этилового спирта 14%) и пиво «ORION» (с содержанием этилового спирта 5%), которая распространялась с нарушением пункта 8 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе», рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований пункта 8 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель.

06.11.2015 Приморским УФАС России в адрес ООО «Фарпост» направлен запрос (исх. № 7982/06) относительно размещенной вышеуказанной рекламы.

Из представленных ООО «Фарпост» сведений (вх. № 8996 от 30.11.2015) следует, что вышеуказанная реклама была размещена на бесплатной основе без заключения договоров, в связи с чем ООО «Фарпост» не владеет сведениями о лицах, разместивших рекламу.

Таким образом, в рассматриваемом случае рекламодателем является ООО «Фарпост» на ресурсе которого размещалась указанная реклама.

Комиссией при рассмотрении дела также установлено, что рассматриваемая реклама удалена с сайта. Таким образом, ООО «Фарпост» устранило допущенное нарушение до рассмотрения дела.

На основании вышеизложенного, с учетом имеющихся в деле документов, Комиссия пришла к заключению, что размещенная в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на сайте <http://www.farpost.ru/khabarovsk/food/other/vino-akadama-38156429.html> реклама вина «Akadama» (с содержанием этилового спирта 14%), а на <http://www.farpost.ru/vladivostok/food/japonskoe-pivo-ochen-deshevo-2725151.html> реклама пива «ORION» (с содержанием этилового спирта 5%) распространялась с нарушением требований пункта 8 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

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

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (далее - КоАП РФ) нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Таким образом, в действиях ООО «Фарпост», как рекламодателя, следствием которых явилось распространение рекламы с нарушением требований пункта 8 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» усматривается состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

В целях установления обстоятельств, повлекших административное правонарушение и привлечения виновных лиц к ответственности, руководствуясь статьями 28.1, 28.7 КоАП РФ,

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить в отношении юридического лица общества с ограниченной ответственностью «Фарпост» (ИНН/КПП 2536133126/253601001, ОГРН 1032501290227, юридический адрес: ул. Пушкинская, д. 40, г. Владивосток, 690001, почтовый адрес: ул. Фокина, д. 9/4, офис 39, г. Владивосток, 690091) дело об административном правонарушении № 6А/07-2016, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, по факту распространения ненадлежащей рекламы с нарушением требований пункта 8 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

2. Провести административное расследование.

3. В соответствии со статьей 26.10 КоАП РФ и статьями 33 и 34 ФЗ «О рекламе» ООО «Фарпост» надлежит в трехдневный срок со дня получения настоящего определения, но не позднее **20.09.2016**, представить в Приморское УФАС России:

- письменные объяснения по факту распространения вышеуказанной рекламы с нарушением требований пункта 8 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

3. Руководителю ООО «Фарпост» или иному уполномоченному представителю с надлежаще оформленной доверенностью на участие в производстве по делу № 6А/07-2016 (в том числе с правом на подписание протокола об административном правонарушении) **явиться 22.09.2016 в 14 часов 00 минут** по адресу: г. Владивосток, ул. 1-я Морская, д. 2, каб. 443, для подписания протокола об административном правонарушении (**при себе иметь паспорт**).

В соответствии с частью 4.1 статьи 28.2 КоАП РФ в случае неявки надлежащим образом извещённого о месте и времени рассмотрения дела физического лица, или законного представителя физического лица, законного представителя или защитника юридического лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, протокол об административном правонарушении составляется в его отсутствие.

Разъясняем, что в соответствии с частью 1 статьи 25.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с КоАП РФ.

В соответствии с частью 4 статьи 25.5 КоАП РФ защитник допускается к участию в производстве по делу об административном правонарушении с момента возбуждения дела об административном правонарушении.

Предупреждаем, что за непредставление в антимонопольный орган сведений, представление которых предусмотрено законом и необходимо для осуществления этим органом его законной деятельности, а равно представление в антимонопольный орган таких сведений в неполном объеме или в искаженном виде предусмотрена административная ответственность.

Ведущий специалист-эксперт

отдела контроля антимонопольного

законодательства и рекламы _____