

РЕШЕНИЕ

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «17» ноября 2015 года.

В полном объеме решение изготовлено «01» декабря 2015 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России) в составе:

председателя Комиссии – И.С. Гудковой,

членов Комиссии – П.В. Олейника, А.В. Дерманца, Н.С. Уваровой.

рассмотрев материалы дела № 3-21-140/77-15 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения через мобильное приложение «Афиша» рекламы алкогольной продукции — пива и пивных напитков «Hoegaarden», с признаками нарушения пункта 8 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившегося в рекламе алкогольной продукции, размещенной в информационно-коммуникационной сети «Интернет»,

в присутствии: представителя ООО «Компания Афиша» (доверенность б/н от 01.10.2015), ООО «Рекламное Агентство «Индекс 20» (доверенность б/н от 01.10.2015) Плешковой Е.С.; представителя ООО «Денцу Эйджис Диджитал» (доверенность № 7/2015 от 08.09.2015), ООО «Визеум» (доверенность № 3/2015 от 08.09.2015), ООО «Агентство Адвотч» (доверенность № 2/2015 от 11.11.2015) Маркиной Е.В.; представителя АО «Сан ИнБев» Пикселькина А.А. (доверенность б/н от 01.01.2015),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-21-140/77-15 возбуждено в отношении ООО «Компания Афиша» на основании обращений физических лиц по факту распространения через мобильное приложение Афиша рекламы пива и пивных напитков «Hoegaarden».

Комиссия Московского УФАС России, исследовав материалы дела, оценив доказательства в их совокупности и взаимной связи, установила следующее.

Общество с ограниченной ответственностью «Компания Афиша» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 27.01.2010 за основным государственным регистрационным номером 1107746038410, ИНН 7710861670, КПП 772601001.

Общество с ограниченной ответственностью «Рекламное Агентство «Индекс 20» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 05.11.2014 за основным государственным регистрационным номером 5147746311686, ИНН 7725847502, КПП 772501001.

Общество с ограниченной ответственностью «Денцу Эйджис Диджитал» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 12.07.2010 за основным государственным регистрационным номером 1107746553133, ИНН 7709857180, КПП 770301001.

Общество с ограниченной ответственностью «Визеум» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 27.11.2003 за основным государственным регистрационным номером 1037739999263, ИНН 7709517602, КПП 770901001.

Акционерное общество «Сан ИнБев» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 02.03.2004 за основным государственным регистрационным номером 1045003951156, ИНН 5020037784, КПП 502001001.

Общество с ограниченной ответственностью «Агентство Адвотч» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 27.07.2005 за основным государственным регистрационным номером 1037739999263, ИНН 7709621730, КПП 770301001.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, реклама — информация, распространяемая 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.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу

реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, объект рекламирования — товар, средство 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 3 статьи 3 Закона о рекламе, под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, что информация о пиве и пивных напитках «Hoegaarden», размещаемая посредством мобильного приложения «Афиша», загруженного из App Store, является рекламой указанных пива и пивных напитков, размещенной в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», по следующим основаниям.

Мобильное приложение для мобильных устройств реализуется (на возмездной или безвозмездной основе) посредством специализированных сервисов онлайн-магазинов в сети «Интернет».

Комиссия Московского УФАС России пришла к выводу, что мобильное приложение «Афиша», представляющее собой программу для ЭВМ, является товаром. При этом, если при использовании мобильных приложений или программного обеспечения для мобильных устройств пользователь мобильного устройства будет получать информацию об ином товаре (например, алкогольной продукции), то такая информация может расцениваться как реклама данного товара.

Рассматриваемая реклама представлена в виде баннера с 2 сменяющимися картинками и содержит следующие сведения:

- на странице 1: надпись «Выбор со вкусом»; наполненный пивом стакан с изображенным на нем средством индивидуализации «Hoegaarden»; текст «Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью»; указатель с надписью «Нажмите».

- на странице 2: наполненный пивом стакан с изображенным на нем средством индивидуализации «Hoegaarden»; текст «Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью».

Представленная информация позволяет индивидуализировать товары, а именно пиво и пивные напитки «Hoegaarden», а также позволяет сделать вывод о направленности на привлечение внимания потребителей, формирование и поддержание их интереса к указанным товарам, их

продвижение на рынке.

Комиссией Московского УФАС России также установлено, что реклама алкогольной продукции (пива и пивных напитков «Hoegaarden») не была предустановлена в мобильном приложении, а загружалась из сети «Интернет» при использовании мобильного приложения, была доступна только при наличии активного сетевого подключения.

Кроме того, в приложениях № 30/1, №30/2 от 31.05.2015 к договору № Index20-14785-2015-КД от 01.01.2015, заключенному между ООО «Компания Афиша» и ООО «Рекламное Агентство «Индекс 20»; в приложении № 2 от 31.05.2015 к договору № Index20-14011-2015-СП от 01.03.2015, заключенному между ООО «Рекламное Агентство «Индекс 20» и ООО «Денцу Эйджис Диджитал»; в приложении № 0296 от 01.06.2015 к договору №CD-08/06-06/14 от 06.06.2014, заключенному между ООО «Денцу Эйджис Диджитал» и ООО «Визеум»; в приложении №SUN57-255_Hoegaarden_01.06.15-31.08.15 от 29.05.2015 к договору №1415 от 01.12.2014, заключенному между ООО «Визеум» и АО «Сан ИнБев» в качестве предмета приложения указано продвижение продукции под брендом/товарным знаком «Hoegaarden» в сети Интернет. В качестве площадки для размещения указан сайт afisha.ru (application).

Таким образом, информация размещалась в сети Интернет, а следовательно сведения были доведены до широкого заранее неопределенного круга лиц.

Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, что рассматриваемая информация, отвечает всем законодательно установленным признакам рекламы, а именно: содержит объект рекламирования (пиво и пивные напитки «Hoegaarden»), распространялась неопределенному кругу лиц в сети Интернет, исходя из способа распространения и содержания, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, а следовательно является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.

ООО «Компания Афиша», ООО «Рекламное Агентство «Индекс 20», ООО «Денцу Эйджис Диджитал», ООО «Визеум», АО «Сан ИнБев», ООО «Агентство Адвотч» факт признания указанных материалов рекламой пива и пивных напитков «Hoegaarden» не оспаривают.

Таким образом, Комиссия Московского УФАС России пришла к выводу о распространении рекламы алкогольной продукции - пива и пивных напитков «Hoegaarden», в сети «Интернет».

В соответствии с пунктом 8 части 2 статьи 21 Закона о рекламе, реклама алкогольной продукции не должна размещаться в

информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

На основании изложенного, Комиссией Московского УФАС России при распространении рекламы пива и пивных напитков «Hoegaarden» в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» посредством мобильного приложения «Афиша» установлено нарушение пункта 8 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, является ненадлежащей.

Таким образом, реклама пива и пивных напитков «Hoegaarden», распространявшаяся в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» посредством мобильного приложения «Афиша», является ненадлежащей.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе, рекламодатель несет ответственность за нарушение требования, установленного пунктом 8 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодатель — лицо осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодателем является лицо, осуществляющее фактическое доведение содержания объекта рекламирования до сведения потребителей.

Комиссией Московского УФАС России установлено, что распространение указанной рекламы осуществлялось на основании последовательно заключенных договоров, а именно: договора № Index20-14785-2015-КД от 01.01.2015, заключенного между ООО «Компания Афиша» и ООО «Рекламное Агентство «Индекс 20»;

договора № Index20-14011-2015-СП от 01.03.2015, заключенного между ООО «Рекламное Агентство «Индекс 20» и ООО «Денцу Эйджис Диджитал»;

договора №CD-08/06-06/14 от 06.06.2014, заключенного между ООО «Денцу Эйджис Диджитал» и ООО «Визеум»;

договора №1415 от 01.12.2014, заключенного между ООО «Визеум» и АО «Сан ИнБев».

Таким образом, ООО «Компания Афиша» является рекламодателем указанной рекламы посредством мобильного приложения «Афиша».

В то же время Комиссия Московского УФАС России установила непричастность ООО «Агентство Адвотч» к указанной рекламной кампании.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

Также, в дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на основании которых рассматриваемая реклама размещалась.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, не является мерой ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ООО «Компания Афиша», ООО «Рекламное Агентство «Индекс 20», ООО «Денцу Эйджис Диджитал», ООО «Визеум», АО «Сан ИнБев» предписаний о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона 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 Московского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать распространявшуюся ООО «Компания Афиша» рекламу пива и пивных напитков «Hoegaarden» посредством мобильного приложения «Афиша» ненадлежащей в связи с нарушением требования пункта 8 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.
2. Выдать ООО «Компания Афиша» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Выдать ООО «Рекламное Агентство «Индекс 20», ООО «Денцу Эйджис Диджитал», ООО «Визеум», АО «Сан ИнБев» предписания о прекращении участия в распространении рекламы с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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