

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии

<...>,

Члены Комиссии:

<...>

рассмотрев дело № 77-ФАС22-Р/05-13 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения распространении на Интернет сайте www.alkomir.com рекламы алкогольной продукции, в которой усматриваются признаки нарушения ч.ч.2, 3 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее ФЗ «О рекламе»),

в присутствии:

рекламораспространителя – гр.Х. (<...>);

рекламодателя – ООО «Алкомир» (<...>) в лице директора – Х.;

в отсутствие представителей:

заявителя;

прокуратуры г.Барнаула (656056, г.Барнаул, ул.Никитина, 28).

УСТАНОВИЛА:

Представители заявителя и прокуратуры г.Барнаула на рассмотрение дела не явились.

В силу п.30 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением правительства Российской Федерации от 17.08.2006г. № 508, не является препятствием для рассмотрения дела в отсутствие представителей указанных лиц, в связи с тем, что заявитель, прокуратура г.Барнаула своевременно и надлежащим образом извещены о времени и месте рассмотрения дела (в деле имеются уведомления о вручении почтового отправления).

В Алтайское краевое УФАС России поступило письменное заявление жителя г.Барнаула о рекламе алкогольной продукции на Интернет сайте www.alkomir.com, направленное по подведомственности Прокуратурой г.Барнаула (вхд. № 2613 от 08.04.2013г.).

Антимонопольным органом установлено, 17.04.2013г. на Интернет сайте «Алкомир – Алкоголь ночью в Барнауле в подарок. Служба доставки» - www.alkomir.com, размещена следующая информация:

«Алкомир - алкоголь ночью в Барнауле в подарок. Служба доставки.

Телефон <...> Шампанское в подарок * Виски, ром, водка, вина и многое другое в ассортименте. Алкоголь ночью в Барнауле в подарок», сопровождается изображением бутылок алкогольной продукции. Изображения являются активными.

При нажатии на изображение бутылки алкогольной продукции происходит переход на страницу, содержащую информацию о рекламируемом напитке:

1) «Виски «WilliamLawsons» –

Виски

Виски — крепкий ароматный алкогольный напиток, получаемый из различных видов зерна с использованием процессов соложения, перегонки и длительного выдерживания в дубовых бочках. При изготовлении виски может использоваться ячмень, рожь, пшеница или кукуруза. Содержание спирта — обычно 40—50 % об., однако некоторые сорта виски имеют большую крепость (до 60 % об.). Цвет напитка составлен от светло-жёлтого до коричневого, содержание сахара — нулевое или крайне незначительное. Традиционными регионами, производящими виски, являются Шотландия и Ирландия.

МагнитWilliamLawson's -800р.

Магнит White Horse – 1000р.

Магнит Jameson – 1600р.

МагнитBells – 750р.

Магнит Black&White – 700р.», сопровождается изображением магнитов с алкогольной продукцией.

2) «Водка «Беленькая» -

Водка

Водка — спиртной напиток, представляющий собой бесцветный водно-спиртовой раствор крепостью 40,0 % с характерным запахом. Процесс производства водки включает в себя приготовление исправленной воды, смешивание ректификованного этилового спирта из пищевого сырья с исправленной водой, обработку водно-спиртового раствора активным углём или модифицированным крахмалом, его фильтрование, внесение ингредиентов, если они предусмотрены рецептурой, перемешивание, контрольное фильтрование, розлив в потребительскую тару и оформление готовой продукции.

Магнит Зеленая Марка – 350р.

Магнит Пять Озер – 400р.

Магнит Беленькая Люкс – 400р.», сопровождается изображением магнитов с алкогольной продукцией.

3) Ром «BACARDI» -

Ром

Ром — крепкий спиртной напиток, изготавливаемый путём сбраживания и перегонки из побочных продуктов сахарно-тростникового производства, таких как патока и тростниковый сироп. Прозрачная жидкость, получающаяся после перегонки, обычно затем выдерживается в дубовых или других бочках. Несмотря на то, что производство рома имеется в Австралии, Индии, на Реюньоне и ещё во многих местах мира, большинство рома производится на Карибах и по течению реки Демерара в Южной Америке.

Магнит Bacardi Superior – 1300р.

Магнит Bacardi Black – 1300р.».

4) Коньяк Арарат –

Коньяк

Коньяк — крепкий алкогольный напиток, производимый из определённых сортов винограда по особой технологии. Своё название напиток коньяк получил по имени города Коньяк, региона Пуату — Шаранта, департамента Шаранта, Франция. С окрестностями и самим городом Сognaс и связано появление этого алкогольного напитка.

Магнит Арарат 5 звезд – 1000р.

Магнит Белый Агат 3 звезды – 700р.» , сопровождается изображением магнитов с алкогольной продукцией.

5) Текила «OLMECA» -

Текила

Текила — крепкий перегонный алкогольный напиток (мескаль), изготавливаемый главным образом в окрестностях Текилы, города на западе мексиканского штата Халиско, в 65 км к северо-западу от Гвадалахары. Изготавливается из сердцевины голубой агавы (лат. *Agávetequilána*, исп. *Agave azul*), традиционного для Мексики растения семейства агавовых методом дистилляции.

Магнит Olmeca Tequila Blanco – 1700р.» , сопровождается изображением магнита с алкогольной продукцией.

6) Шампанское «BOSCA» -

Шампанское

Шампанское — игристое вино, произведенное во французском регионе Шампань из установленных сортов винограда методом вторичного брожения вина в бутылке. Название напитка происходит от названия провинции Шампань, где расположен данный регион. Хотя термин «шампанское» зачастую используется производителями игристого вина во многих странах и местностях (например, в Калифорнии, Канаде и России), правильно его использовать только по отношению к

вину, производимому в провинции Шампань.

Магнит Шампанское Российское – 300р.

Магнит Игристые вина линейки Bosco – 450р.», сопровождается изображением магнита с алкогольной продукцией.

7) Вино «BoscoLAMBRUSCO» -

Вино

Вино — алкогольный напиток (крепость: натуральных — 9-16 % об., креплёных — 16-22 % об.), получаемый полным или частичным спиртовым брожением виноградного или плодово-ягодного сока (иногда с добавлением спирта и других веществ — т. н. «креплёное вино»).

Магнит Вина линейки Veritas. Красное/белое: 0,7л — 350р.

Магнит Игристые вина линейки Bosco: 0,7л — 450р.», сопровождается изображением алкогольной продукции.

8) Вермут «CINZANO» -

Вермут

Вермут — креплёное вино, ароматизированное пряными и разными лекарственными растениями. Ароматизированные вина известны с античных времён. По одной из версий к созданию вермута руку приложил сам Гиппократ. Считается, что он впервые составил рецепт в V—IV веке до нашей эры. Первое промышленное предприятие по выпуску вермута было основано Антонио БенедеттоКарпано в Турине в 1786 году.

Магнит Мартини Бьянко: 1л — 900р.

Магнит ЧинзаноБьянко: 1л — 800р.», сопровождается изображением алкогольной продукции.

9) Ликер «Jagermeister» -

Ликер

Ликер — спиртной напиток — ароматный, обычно сладкий спиртной напиток из спиртованных фруктовых и ягодных соков, настоев душистых трав с добавлением кореньев, пряностей и т. п. Содержание этилового спирта варьируется от 15 % до 75 % по объёму, а содержание сахара — более 100 г/

Магнит Baileys Original: 0,5л — 1100р.

Магнит Jagermeister: 0,5л — 1000р.», сопровождается изображением алкогольной продукции.

10) Пиво «StellaArtois» -

Пиво

Пиво — слабоалкогольный напиток, получаемый спиртовым брожением солодового сусла (чаще всего на основе ячменя) с помощью пивных дрожжей, обычно с добавлением хмеля. Содержание этилового спирта в большинстве сортов пива 3—6, при среднем содержании около 5,0 % об. (иногда и выше: крепкое содержит, как правило, от 8 % до 14 % об), сухих веществ (в основном углеводов) — 7-10 %, углекислого газа — 0,48-1,0 %.

Магнит Клинское: 6 x 0,5л — 400р.

Магнит Корона классика: 6 x 0,5л — 500р.

Магнит BUD: 6 x 0,5л — 600р.

Магнит StellaArtois: 6 x 0,5л — 700р», сопровождается изображением алкогольной продукции.

Кроме того, в разделе «Новости» указанного Интернет сайта содержится следующая информация: «Уважаемые друзья! Компания Алкомир очень просит Вас не гоняться за дешевым алкоголем. И дело не в том, что мы боимся конкуренции, это вовсе не так. Компания Алкомир дорожит своей репутацией, именно поэтому среди наших подарков НИКОГДА НЕ БЫЛО И НЕ БУДЕТ КАЗАХСКОГО И ПОДПОЛЬНОГО ПАЛЕННОГО АЛКОГОЛЯ. Бесплатный сыр (или очень дешевый) всегда бывает лишь в мышеловке! Помните об этом!».

Согласно ст. 3 Федерального закона «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. Объект рекламирования – 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.

Обозначенная выше информация полностью соответствует легальному определению понятия «реклама», является публичной, направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к объектам рекламирования, а именно к магнитам и алкогольной продукции.

В соответствии с ч.2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе», реклама алкогольной продукции не должна размещаться в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

На основании изложенного, в рекламе алкогольной продукции, размещенной на Интернет сайте www.alkomir.com, усматриваются признаки нарушения ч.2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

Кроме того, в соответствии с ч.3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе», реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

В рассматриваемой рекламе алкогольной продукции отсутствует соответствующее предупреждение, предусмотренное ч.3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

Ответственность за нарушение требований ч.2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель (ст. 38 Федерального закона «О рекламе»).

Ответственность за нарушение требований ч.3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» несет как рекламодатель, так и рекламодатель (ст. 38 Федерального закона «О рекламе»).

Рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодателем указанной рекламы является Интернет сайт www.alkomir.com.

Администратором доменного имени www.alkomir.com является Х., что документально подтверждено.

Согласно информации, размещенной на указанном интернет сайте, деятельность по продаже магнитов с подарками алкогольной продукции осуществляет ООО «Алкомир», директором которого является Х.

На основании изложенного ООО «Алкомир» является рекламодателем рассматриваемой рекламы.

На заседании Комиссии представитель рекламодателя и рекламодателя – Х. признал факт нарушения Федерального закона «О рекламе», пояснив, что в настоящее время нарушение устраняется.

Доказательств устранения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, на заседание Комиссии не представлено.

Таким образом, Комиссией установлено, что при распространении на Интернет сайте www.alkomir.com рекламы алкогольной продукции Х. нарушены требования ч.2, ч.3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе», ООО «Алкомир» нарушены требования ч.3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с ч.4 ст. 38 Федерального закона «О рекламе», нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 – 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу алкогольной продукции, размещенную на Интернет сайте www.alkomir.com, поскольку при ее распространении нарушены требования ч.2, ч.3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».
2. Признать рекламораспространителя - гр.Х.нарушившим требования ч.2, ч.3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».
3. Признать рекламодача - ООО «Алкомир» нарушившим требования ч.3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».
4. Выдать гр.Х., ООО «Алкомир» предписания о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе, выразившегося в размещении и распространении на Интернет сайте www.alkomir.com рекламы алкогольной продукции.
5. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Алтайского краевого УФАС для возбуждения в отношении гр. Х. дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.
6. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Алтайского краевого УФАС для возбуждения в отношении директора ООО «Алкомир» Х. дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 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.

ПРЕДПИСАНИЕ № 93

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

06 июня 2013г.

г. Барнаул

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии:

<...>

на основании своего решения от 06 июня 2013г. по делу № 77-ФАС22-Р/05-13 о признании гр.Х. нарушившим требования ч.2, ч.3 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» при распространении рекламы алкогольной продукции на Интернет сайте www.alkomir.com, и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Х. (<...>), в течение 10 дней со дня вынесения решения прекратить распространять рекламу алкогольной продукции на Интернет сайте www.alkomir.com.

2. Представить в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания 25 июня 2013г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю вправе, в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, наложить штраф.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном Арбитражным процессуальным кодексом Российской Федерации.

ПРЕДПИСАНИЕ № 94

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

06 июня 2013г.

г. Барнаул

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии:

<...>

на основании своего решения от 06 июня 2013г. по делу № 77-ФАС22-Р/05-13 о признании ООО «Алкомир» нарушившим требования ч.3 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» при размещении рекламы алкогольной продукции на Интернет сайте www.alkomir.com, и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО «Алкомир» <...> (), в течение 10 дней со дня вынесения решения прекратить размещать ненадлежащую рекламу алкогольной продукции на Интернет сайте www.alkomir.com.

2. Представить в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания 25июня 2013г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю вправе, в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, наложить штраф.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном Арбитражным процессуальным кодексом Российской Федерации.