

14 января 2016 года

г. Владивосток

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Приморскому краю (далее – Приморское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: – заместитель руководителя;

Члены Комиссии: – ведущий специалист-эксперт отдела контроля антимонопольного законодательства и рекламы, - специалист-эксперт отдела контроля антимонопольного законодательства и рекламы,

рассмотрев 14.01.2016 дело № 30/07-2015, возбужденное в отношении общества с ограниченной ответственностью «Фарпост» (ОГРН 1032501290227, ИНН/КПП 2536133126/253601001, юридический адрес: ул. Пушкинская, д. 40, г. Владивосток, 690001, почтовый адрес: ул. Фокина, д. 9/4, офис 39, г. Владивосток, 690091) (далее – ООО «Фарпост») по факту размещения рекламы с признаками нарушения требований пункта 8 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.06 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «Фарпост»: – представитель по доверенности,

УСТАНОВИЛА:

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

В своем заявлении <.....> указывает, что размещенная реклама содержит информацию о продаже алкогольной продукции, что нарушает положения законодательства Российской Федерации.

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%), а на <http://www.farpost.ru/vladivostok/food/japonskoe-pivo-ochen-deshevo-2725151.html> реклама пива «ORION» (с содержанием этилового спирта 5%).

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 распространяется с признаками нарушения пункта 8 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе», рекламодатель - 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.

Определением Приморского УФАС России от 14.12.2015 в отношении ООО «Фарпост» возбуждено дело № 30/07-2015 по признакам нарушения требований пункта 8 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» и назначено к рассмотрению на 14.01.2016.

14.01.2016 надлежащим образом уведомленный заявитель в назначенное время на рассмотрение дела не явился.

Представитель ООО «Фарпост» поддержал представленные ранее письменные пояснения (вх. № 8996 от 30.11.2015), а также поддержал доводы указанные в письменных пояснениях, представленных на заседание Комиссии.

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».

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе», в соответствии с пунктом 3.58 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы (далее – ФАС России) по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (Приказ ФАС России от 23.11.2012 № 711/12), а также руководствуясь 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,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу вина «Akadama» (с содержанием этилового спирта 14%) и рекламу пива «ORION» (с содержанием этилового спирта 5%) размещенную в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на сайте <http://www.farpost.ru/> поскольку в ней нарушены требования пункта 8 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

2. Не выдавать ООО «Фарпост» предписание о прекращении нарушения требований пункта 8 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» в связи с добровольным устранением нарушения до рассмотрения настоящего дела.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Приморского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, ответственность за которые предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 27.01.2016. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном [статьей 198](#) Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

Члены Комиссии