

РЕШЕНИЕ

по делу № 077/05/21-1150/2020

«03» июля 2020 года

г. Москва

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: <...>ой,

членов Комиссии: <...>ой, <...>ой,

рассмотрев

дело

№ 077/05/21-1150/2020

в

отношении

ООО «МедиаСервис», АО «Конде Наст», ООО «Трафик», ООО «Фэшн Пресс», ООО «Рамблер Интернет Холдинг», <...>ой по признакам нарушения пункта 8 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении в октябре 2019 года рекламы виски Singleton на сайтах в сети Интернет по следующим адресам:

- www.timeout.ru/msk/feature/485546,
- <https://travelinsider.ru/avtorskie-sety-the-singleton-funfair-v-moskovskix-restoranax-menu-i-itogi-vii-gastronomicheskoy-vecherinki-the-singleton/>
- <https://www.gq.ru/entertainment/singleton-funfair-sets>,
- <https://allcafe.ru/news/2019/05/30/gastronomicheskaya-pop-up-vecherinka-the-singleton-funfair-itogi-vstrechi/>,
- <https://bazaar.ru/lifestyle/restaurant/ryba-s-igloy-v-golove-chipsy-iz-kozhi-lososya-i-chuchuk-iz-marala/>,
- <https://woman.rambler.ru/other/42252358-ryba-s-igloy-v-golove-chipsy-iz-kozhi-lososya-i-chuchuk-iz-marala/?updated>,

в присутствии ООО «Рамблер Интернет Холдинг» в лице <...> (по доверенности № б/н от 02.10.2019), <...> (по доверенности № б/н от 02.10.2019), АО «Конде Наст» в лице <...> (по доверенности № КН-01/06/2020), <...> (по доверенности № КН-02/02/2019), ООО «Трафик» в лице <...> (по доверенности № б/н от 13.02.2020),

в отсутствие представителей ООО «МедиаСервис», ООО «Фэшн Пресс», <...>ой, Hearest Communications Inc. (уведомлены надлежащим образом),
УСТАНОВИЛА:

Дело

№ 077/05/21-1150/2020

возбуждено

в

отношении

ООО «МедиаСервис», АО «Конде Наст», ООО «Трафик», ООО «Фэшн Пресс», ООО «Рамблер Интернет Холдинг», <...>ой на основании заявления 2020-43426(1)

2

физического лица по факту распространения в октябре 2019 года рекламы виски Singleton на сайтах в сети Интернет по следующим адресам:

- www.timeout.ru/msk/feature/485546,
- <https://travelinsider.ru/avtorskie-sety-the-singleton-funfair-v-moskovskix-restoranax-menyu-i-itogi-vii-gastronomicheskoy-vecherinki-the-singleton/>
- <https://www.gq.ru/entertainment/singleton-funfair-sets>,
- <https://allcafe.ru/news/2019/05/30/gastronomicheskaya-pop-up-vecherinka-the-singleton-funfair-itogi-vstrechi/>,
- <https://bazaar.ru/lifestyle/restaurant/ryba-s-igloy-v-golove-chipsy-iz-kozhi-lososya-i-chuchuk-iz-marala/>,
- <https://woman.rambler.ru/other/42252358-ryba-s-igloy-v-golove-chipsy-iz-kozhi-lososya-i-chuchuk-iz-marala/?updated>.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, выслушав доводы сторон по делу, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

ООО «Рамблер Интернет Холдинг» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 18.11.2003 за основным государственным регистрационным номером 1037725059800, ИНН/КПП 7725243282/772501001.

ООО «МедиаСервис» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 28.09.2006 за основным государственным регистрационным номером 5067746845381, ИНН/КПП 7701681664/770501001.

АО «Конде Наст» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 26.09.2002 за основным государственным регистрационным номером ОГРН 1027739270052, ИНН/КПП 7709244433/771001001.

ООО «Трафик» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 17.10.2002 за основным государственным регистрационным номером ОГРН 1027806866724, ИНН/КПП 7813175200/781301001.

ООО «Фэшн Пресс» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 28.08.2002 за основным государственным регистрационным номером ОГРН 1027739120364, ИНН/КПП 7743002018/770401001.

<...>а.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе под рекламой понимается информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и 2020-43426(1)

3

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.

Рассматриваемая информация распространялась посредством сети Интернет, а равно была доступна неограниченному кругу лиц-потребителей рекламы.

Согласно документам и сведениям, представленным ООО «Рамблер Интернет Холдинг», содержание материала на сайте в сети Интернет по адресу <https://woman.rambler.ru/other/42252358-ryba-s-igloy-v-golove-chipsy-iz-kozhi-lososya-i-chuchuk-iz-marala/?updated> является дословным воспроизведением материала, размещенного по адресу <https://bazaar.ru/lifestyle/restaurant/ryba-s-igloy-v-golove-chipsy-iz-kozhi-lososya-i-chuchuk-iz-marala/>.

Так, данная статья содержит следующую информацию:

«Авторские сеты The Singleton FunFair.

The Singleton уже который сезон запускает специальные сеты с виски.

По 13 июня включительно сеты можно найти в ресторанах «Иностранцы», «Бочка», Lucky Izakaya Bar, Montifiori и Seven. В «Бочке», например, в пару к пряному The Singleton 18-летней выдержки идет ростбиф из оленя с копченым муссом из козьего сыра или бифштекс из бычьих хвостов с желе из глинтвейна и орехово-шафрановым соусом. Стоимость каждого блюда с бокалом виски — 1190 руб. к The Singleton Sunray с нотками верескового меда в Lucky Izakaya Bar предлагаются говяжьи щечки с соусом карри, йогуртом и рисом и десерт — чизкейк с клубникой и сливочным муссом. Стоимость первого блюда — 720 руб., десерта — 420 руб., бокал виски к сету обойдется в 550 руб.».

На сайте в сети Интернет по адресу <https://bazaar.ru/lifestyle/restaurant/ryba-s-igloy-v-golove-chipsy-iz-kozhi-lososya-i-chuchuk-iz-marala/>,

который
является

первоисточником информации, размещенной на сайте woman.rambler.ru, данная статья размещена в сопровождении фотографии с частично наполненным стаканом с надписью «The Singleton», блюдом с едой и буклетом с заголовком «The Singleton FunFair».

Согласно материалам дела на странице сайта в сети Интернет по адресу <https://allcafe.ru/news/2019/05/30/gastronomicheskaya-pop-up-vecherinka-the-singleton-funfair-itogi-vstrechi/> содержалась

статья

с

заголовком

«Гастрономическая pop-up вечеринка The Singleton FunFair: итоги встречи».

Так, данная статья содержит в том числе следующую информацию:
«22 мая в баре Collider (БП «Фактория») состоялась седьма по счету 2020-43426(1)

4

гастро-встреча The Singleton FunFair. Шеф-повара известных ресторанов Москвы по доброй традиции представили на тематической вечеринке авторские сеты в формате фудпейринга. Идеальную пару к блюдам составили виски The Singleton разных сортов.

Серия вечеринок от The Singleton с каждым годом привлекает к себе все больше внимания со стороны экспертов гастрономии. Сеты от лучших шефов

столицы в дуэте со шотландским односолодовым виски восхищают многих, так как точно подобранная комбинация ингредиентов идеально раскрывает вкусовые оттенки гастрономической пары».

Согласно материалам дела на сайте в сети Интернет по адресу www.timeout.ru/msk/feature/485546 содержалась статья с заголовком «Авторские сеты The Singleton FunFair в московских ресторанах» в сопровождении в том числе следующей информации:

(За заголовком следует фотография бутылки виски с названием «The Singleton», блюдом с едой и буклетом с заголовком «The Singleton FunFair».) «22 мая в новом коворкинге и баре Collider на территории бизнес-парка «Фактория» прошла седьмая гастрономическая вечеринка The Singleton FunFair. По сложившейся традиции столичные шеф-повары придумали для нее авторские сеты в формате фудпейринга с разными сортами виски The Singleton.

За три года тематические вечеринки The Singleton превратились в одном из самых ожидаемых гастрономических событий. Дуэт шотландского односолодового виски и сет-меню от лучших шефов Москвы многим пришелся по душе и вкусу. В этом состоит прелесть фудпейринга: точно подобранная комбинация ингредиентов помогает обнаружить скрытые вкусовые свойства гастрономической пары.

На этот раз свою интерпретацию блюд для идеального сочетания с The Singleton представили Том Халпин («Иностранцы»), Игорь Бедняков («Бочка»), Андрей Красов (Lucky Izakaya Bar), Сергей Андрейченко (Montifiori) и Дмитрий Шуршаков (Seven). Все представленные сеты, дополненные порцией виски, для которого они создавались, будут доступны в ресторанах с 23 мая по 13 июня...».

Согласно материалам дела на сайте в сети Интернет по адресу <https://www.gq.ru/entertainment/singleton-funfair-sets>

содержалась статья с заголовком «До 13 июня загляните в эти рестораны», в сопровождении следующей информации:

«22 мая в новом коворкинге и баре Collider прошла седьмая по счету гастрономическая вечеринка The Singleton FunFair. Шефы пяти московских ресторанов придумали для нее авторские сеты, которые сочетались бы разными сортами виски. Все их, вместе с сортом, под который они создавались, можно попробовать в ресторанах до 13 июня».

2020-43426(1)

5

Далее отдельными блоками следует текст, посвященный повару и ресторану, под каждым из которых размещена фотография с частично наполненным бокалом, блюдом с едой и буклетом с заголовком «The Singleton FunFair». Данные части статьи посвящены описанию блюд сета и их стоимости.

Согласно материалам дела на сайте в сети Интернет по адресу <https://travelinsider.ru/avtorskie-sety-the-singleton-funfair-v-moskovskix-restoranax-menu-i-itogi-vii-gastronomicheskoy-vecherinki-the-singleton/> содержалась статья аналогичного содержания как на сайте в сети Интернет по адресу <https://www.gq.ru/entertainment/singleton-funfair-sets>.

При этом, лицами,

участвующими в деле, каких-либо комментариев относительно одинакового содержания данных статей дано не было.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе объектом

рекламирования является 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.

Комиссией Московского УФАС России проанализированы макеты рассматриваемой рекламы, размещенные на вышеуказанных сайтах, в частности, их текстовая часть. В статьях содержится упоминание марки виски, а авторами материалов целенаправленно формируется положительное впечатление об описываемой продукции у лиц-потребителей (читателей статьи) в связи с указанием на единственно удачное сочетание блюд именно с виски бренда

The Singleton,

что безусловно способствует продвижению рекламируемого товара на рынке.

Таким образом, Комиссия приходит к выводу, что в настоящем случае объектом рекламирования является алкогольная продукция — виски бренда «The Singleton».

Согласно письменным пояснениям лиц, участвующих в деле, спорная информация не подпадает под понятие рекламы и соответственно сферу применения Закона о рекламе в соответствии с пунктами 2, 3, 9 части 2 статьи 2 Закона о рекламе в связи с тем, что публикация названных статей носила информационный характер, была направлена на информирование потребителей о возможности посещения гастрономического фестиваля и по сути носит справочный характер, где внимание в большей степени концентрируется на позициях меню.

Также лица, участвующие в деле обратили внимание, что каких-либо договоров с рекламодателями ими не заключалось, информация была размещена инициативно.

В силу пунктов 2, 3, 9 части 2 статьи 2 Закона о рекламе данный закон не распространяется на информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с 2020-43426(1)

6

федеральным законом; на справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой; упоминания о товаре, средствах его индивидуализации, об изготовителе или о продавце товара, которые органично интегрированы в произведения науки, литературы или искусства и сами по себе не являются сведениями рекламного характера.

Следовательно, материал созданный творческим трудом и содержащий в себе какую-либо информацию аналитического, обзорного характера, статистические, количественные и качественные показатели, имеющий в качестве своей цели не привлечение внимания потенциального потребителя к какому-либо товару или группе товаров, а донесение разносторонних сведений до широкого круга читателей, справочный материал и т.п. не признается рекламой в контексте Закона о рекламе.

Для признания информации носящей аналитический, обзорный характер или справочный характер должен соблюдаться ряд требований, на что

неоднократно указывается в административной и судебной практике. В частности, если информирование читателя о состоянии определенного товарного рынка является целью публикации определенной статьи, о совокупности товаров рассказывается в повествовательной (как позитивной, так и негативной) манере, не выделяются на общем фоне конкретные продукты, а наоборот проводится аналитическое сравнение и выборка, такая информация может быть признана не рекламой.

Аналитический материал по своей сути представляет информационный блок, состоящий из описания исследования какого-либо факта, процесса, явления путем логических приемов, обоснованных выводов и прогнозов, характерный для совокупности товаров. При этом такой материал содержит в себе направленность на обзор опыта либо исторического развития сегмента, но не конкретного субъекта, в частности, с использованием приемов анализа и верифицированного сравнения.

Однако отсутствие данного набора квалифицирующих характеристик материала в данном случае в совокупности с неоднократным упоминанием товара и его средств индивидуализации свидетельствует о рекламном характере распространяемых сведений.

При этом, тот факт, что указанные сайты посвящены материалам справочного и аналитического характера не опровергает то обстоятельство, что в данном конкретном случае на указанных интернет-порталах продвигались товары конкретного производителя. Более того, сами рекламные статьи построены таким образом, что на фотографиях неоднократно делается акцент на название виски «The Singleton», размещенное на частично наполненных бокалах и на бутылках. Также обращает на себя внимание факт использования в 2020-43426(1)

7

статьях таких словесных конструкций как, например: «Идеальную пару к блюдам составили виски The Singleton разных сортов», «с сортом, под который они (то есть блюда) создавались. При этом учитывая разную подачу такой информации на указанных сайтах, Комиссия Управления усматривает общую направленность содержания такой рекламы именно на виски бренда «The Singleton», на исключительность которого в рамках проводимого гастрономического фестиваля обращается особое, центральное внимание. В этой связи не находит своего подтверждения довод о том, что рассматриваемая реклама таковой не является, поскольку название бренда «The Singleton» органично интегрировано в произведение литературы — журналистскую статью. Комиссия Управления установила, что информация не считается рекламой в соответствии с пунктом 9 частью 2 статьи 3 Закона о рекламе в том случае, если она является составной частью общего сюжета произведения (отдельной его части) и выступает в качестве дополнительной характеристики созданной ситуации. При этом, ситуация, когда товар представлен в виде, когда внимание концентрируется именно на нем, на его достоинстве и иных характеристиках, то такая информация может признаваться неорганично интегрированной в указанное произведение.

В рассматриваемом случае учитывая то обстоятельство, что в статьях упоминается название фестиваля «The Singleton FunFair», что прямо обусловлено кураторством над фестивалем именно алкогольного бренда «The Singleton», а также общее содержание статей, в которых делается акцент на необходимость посещения мероприятия именно из-за возможности попробовать виски в удачном сочетании с блюдами, Комиссия Управления не находит

оснований посчитать данные статьи не рекламными.

Одновременно Комиссия Управления обращает внимание на невозможность квалификации рассматриваемой информации в соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 2 Закона о рекламе в качестве информации, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом, поскольку в данном случае распространение информации о гастрономическом фестивале именно для лиц, участвующих в деле, не носит обязательного характера, поскольку такие лица не обладают статусом специального субъекта, предусмотренного законодательством о защите прав потребителей.

Также Комиссия Управления считает необходимым уделить внимание письменным пояснениям ООО «Трафик» (allcafe.ru), согласно которым сам сайт Общества ориентирован на освещение светских мероприятий, в том числе на территории г. Москвы, в связи с чем не может считаться рекламным интернет-ресурсом, и информация о фестивале «The Singleton FunFair» была размещена в связи с поступлением на электронную почту Общества от отправителя The Singleton FunFair (thesingleton@rsvo-agency.com) информации о проведении данного мероприятия.

2020-43426(1)

8

Указанный Обществом факт получения информации о проведении фестиваля от его фактического организатора в отсутствие подтверждающих документов не может считаться прямым заказом на размещение рекламы, но косвенно свидетельствует о том, что Общество действовало в интересах указанного адресата и изложило информацию таким образом, чтобы поспособствовать продвижению продукции бренда «The Singleton» - одноименному алкогольному напитку.

Одновременно Комиссией установлено, что из содержания указанного сайта (allcafe.ru) из раздела «Контакты» следует, что можно связаться с сотрудниками данного интернет-ресурса по вопросам размещения рекламы, а также рекламных пресс-релизов. В этой связи Комиссия приходит к выводу о том, что информационный портал allcafe.ru, под которым подразумевается портал аналитической и справочной направленности, также является ресурсом для размещения рекламы различного формата, в том числе рекламных статей. Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация распространялась неопределенному кругу лиц, исходя из способа распространения и содержания, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (виски «The Singleton»), а следовательно является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе. Каких-либо документальных подтверждений обратного сторонами по делу не представлено.

Согласно пункту 7 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 о государственном регулировании производства и оборота этилового спирта), под алкогольной продукцией понимается 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. Алкогольная

продукция подразделяется на такие виды, как спиртные напитки (в том числе водка, коньяк), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

Согласно пункту 8 части 2 статьи 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции не должна размещаться в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

На основании вышеизложенного, распространение в октябре 2019 года на сайте в сети Интернет по адресам www.timeout.ru/msk/feature/485546, <https://travelinsider.ru/avtorskie-sety-the-singleton-funfair-v-moskovskix-restoranax-menu-i-itogi-vii-gastronomicheskoy-vecherinki-the-singleton/>, 2020-43426(1)

9

<https://www.gq.ru/entertainment/singleton-funfair-sets>,
<https://allcafe.ru/news/2019/05/30/gastronomicheskaya-pop-up-vecherinka-the-singleton-funfair-itogi-vstrechi/>, <https://bazaar.ru/lifestyle/restaurant/ryba-s-igloy-v-golove-chipsy-iz-kozhi-lososya-i-chuchuk-iz-marala/>,
<https://woman.rambler.ru/other/42252358-ryba-s-igloy-v-golove-chipsy-iz-kozhi-lososya-i-chuchuk-iz-marala/?updated>., рекламы виски «The Singleton»

осуществлено с нарушением пункта 8 части 2 статьи 21 Закона о рекламе. Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе за нарушение положений пункта 8 части 2 статьи 21 Закона о рекламе ответственность несет рекламораспространитель.

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе под рекламораспространителем

понимается

лицо,

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

Таким образом, рекламораспространителем является лицо, осуществляющее фактическое доведение объекта рекламирования до сведения потребителей.

Как пояснило ООО «Рамблер Интернет Холдинг», оно выполняет функции информационного посредника в качестве новостного агрегатора, который в автоматическом режиме сканирует новостные источники русскоязычного сегмента сети «Интернет» и предоставляет только ссылки на искомую информацию. В данном случае содержание материала на сайте по адресу woman.rambler.ru является дословным воспроизведением материала, размещенного по адресу <https://bazaar.ru/lifestyle/restaurant/ryba-s-igloy-v-golove-chipsy-iz-kozhi-lososya-i-chuchuk-iz-marala/>, сопровождавшееся соответствующей пометкой. В этой связи Общество возражает против признания его в качестве рекламораспространителя рассматриваемой рекламы.

ООО «Рамблер Интернет Холдинг» принадлежит новостной сервис

Рамблер/Женский, размещенный по ссылке в Интернет <https://woman.rambler.ru>, в рамках которого распространяются новостные материалы официальных партнеров ООО «Рамблер Интернет Холдинг» на основании заключенных договоров. При этом сервис не является электронным средством массовой информации (СМИ), а выступает лишь в качестве площадки, где агрегируются новости третьих лиц в удобном для пользователей виде. Информация (в виде новостного контента) поступает в ООО «Рамблер Интернет Холдинг» посредством потока (формат) RSS, технически обрабатывается и публикуется на сайте <https://woman.rambler.ru> без внесения каких-либо изменений в содержание такого контента.

В соответствии с заключенными с партнерами договорами, ООО 2020-43426(1)

10
«Рамблер Интернет Холдинг» в обязательном порядке публикует информацию об источнике получения новостного материала и ссылку на сайт-первоисточник. ООО «Рамблер Интернет Холдинг» не является автором или инициатором распространения такого новостного материала.

В соответствии с ч. 2 ст. 10.4 Федерального закона от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» владелец новостного агрегатора не несет ответственность за распространение им новостной информации в случае, если она является дословным воспроизведением сообщений и материалов или их фрагментов, размещенных на официальном сайте государственного органа в сети «Интернет» или распространенных средством массовой информации, которое может быть установлено и привлечено к ответственности за нарушение законодательства Российской Федерации о средствах массовой информации.

На средства массовой информации в соответствии со ст. ст. 47, 49, 51 Закона Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» возлагается обязанность по проверке материала перед его публикацией, а владелец новостного агрегатора - в силу того, что он не является автором - не может дать объективную оценку информации на предмет ее соответствия действительности.

Таким образом, в рассматриваемом случае у Комиссии отсутствуют достаточные правовые основания полагать, что действиями ООО «Рамблер Интернет Холдинг» осуществлено доведение спорной рекламы до неограниченного круга лиц, поскольку распространение рекламы произошло в автоматическом режиме от ООО «Фэшн Пресс» до пользователей при фактическом бездействии ООО «Рамблер Интернет Холдинг».

В связи с вышеизложенным

ООО «Фэшн Пресс» является рекламодателем рассматриваемой рекламы, а ООО «Рамблер Интернет Холдинг» признается заинтересованным лицом.

На основании изложенного, с учетом всех доказательств по делу в их совокупности и взаимосвязи Комиссией при распространении в октябре 2019 года на сайте в сети Интернет по адресу в действиях ООО «Фэшн Пресс» на сайте в сети Интернет по адресам <https://bazaar.ru/lifestyle/restaurant/ryba-s-igloy-v-golove-chipsy-iz-kozhi-lososya-i-chuchuk-iz-marala/>, в действиях АО «Конде Наст»

на

сайте

в

сети

Интернет

по

адресу

<https://www.gq.ru/entertainment/singleton-funfair-sets>, в действиях ООО «Трафик» на

сайте

в

сети

Интернет

по

адресу

<https://allcafe.ru/news/2019/05/30/gastronomicheskaya-pop-up-vecherinka-the-singleton-funfair-itogi-vstrechi/>, в действиях на сайте в сети Интернет по адресу www.timeout.ru/msk/feature/485546, в действиях <...>ой на сайте в сети Интернет по адресу <https://travelinsider.ru/avtorskie-sety-the-singleton-funfair-v-moskovskix-restoranax-menyu-i-itogi-vii-gastronomicheskoy-vecherinki-the-singleton/> рекламы виски «The Singleton» установлено нарушение пункта 8 2020-43426(1)

11

части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее — Правила), 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. Согласно пункту 47 Правил при добровольном устранении лицом (лицами) совершенного нарушения антимонопольный орган вправе не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Согласно представленным АО «Конде Наст», ООО «Трафик», ООО «МедиаСервис», ООО «Фэшн Пресс», ООО «Рамблер Интернет Холдинг», <...>ой в материалы дела документам, распространение рассматриваемой рекламы в настоящее время прекращено. Сведения о продолжении распространения рекламы у антимонопольного органа отсутствуют, а лицами, участвующими в деле, не представлены.

На основании изложенного Комиссия приходит к выводу о нецелесообразности выдачи предписаний лицу, в чьих действиях установлено нарушение положений Закона о рекламе. При этом, в случае выявления новых фактов распространения данной рекламы с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе заявитель не лишен возможности подать в антимонопольный орган новое заявление.

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, Комиссия РЕШИЛА:

Признать ООО «МедиаСервис», АО «Конде Наст», ООО «Трафик», ООО «Фэшн Пресс», <...>у нарушившими пункт 8 части 2 статьи 21 Закона о рекламе при распространении в октябре 2019 года рекламы виски «The Singleton» на сайтах в сети Интернет по адресам www.timeout.ru, travelinsider.ru, www.gq.ru, allcafe.ru, bazaar.ru, woman.rambler.ru.
Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

2020-43426(1)

12

Председатель Комиссии

<...>а

Члены Комиссии

<...>а

<...>а

2020-43426(1)