

## РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №57-ФАС22-Р/06-18

Решение изготовлено в полном объеме 26 сентября 2018 года

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

Председатель Комиссии:

Б<...>- врио заместителя руководителя управления,

Члены Комиссии:

К<...>- главный специалист эксперт отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

П<...>- специалист-эксперт отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы, рассмотрев дело №57-ФАС22-Р/06-18 по признакам нарушения Федерального закона «О рекламе», ИП Стариковым <...> (бар-ресторан «Мяснуха»), выразившимся в распространении рекламы алкогольной продукции и кальянов, в социальной сети «ВКонтакте» и «Instagram»,

в отсутствии заявителя, уведомлен надлежащим образом,

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения Федерального закона «О рекламе», рекламодателя и рекламораспространителя ИП Старикова <...> (бар-ресторан «Мяснуха»)

УСТАНОВИЛА:

В управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю поступило заявление (вхд.№186362 от 28.05.2018г.) по факту распространения рекламы алкогольной продукции, кальянов бара-ресторана «Мяснуха» в социальных сетях «Instagram» и «ВКонтакте».

Согласно заявлению на официальной странице бара-ресторана «Мяснуха» (ИП Стариков, ул.Балтийская,12) в социальной сети Инстаграмм, размещенной по адресу [https://www.instagram.com/myasnuha\\_barnaul/](https://www.instagram.com/myasnuha_barnaul/), размещено множество рекламных фотографий, содержащих изображения бутылок с алкогольной продукцией, в т.ч пивом, с подписями, носящими характер призыва к употреблению таких напитков, возбуждения интереса к ним, привлечения внимания и формирования спроса на представленные алкогольные напитки.

Также заявитель указывает, что на указанной странице социальной сети размещены множественные фотографии кальянов, людей, употребляющих кальяны, видеоролики со сценами употребления кальянов, сопровождающиеся надписями с призывами к употреблению кальянов, в том числе «покрепче» в баре ресторане «Мяснуха».

Заявитель сообщает, что на указанной странице бара ресторана в социальной сети «Инстаграмм» нет указания на возрастные ограничения посетители, что делает доступной информацию, в том числе, и для лиц, моложе 18 лет.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 №38-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. 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.

При этом, реклама может иметь целевую аудиторию, к которой относятся некие лица, для которых в первую очередь предназначена такая информация. Однако, направленность рекламы на неопределенный круг лиц оценивается исходя из выбранного способа и средства распространения рекламы, а также содержания самой рекламной информации. Если рекламная информация представляет интерес и доступна также и иным лицам, не только входящим в ее целевую аудиторию, то

направленность такой рекламы выходит за пределы целевой аудитории и относится к неопределенному кругу лиц.

Антимонопольным органом установлено, что в сети «интернет», а именно на страницах в социальных сетях «ВКонтакте» [https://vk.com/myasnuha\\_barnaul](https://vk.com/myasnuha_barnaul) и «Инстаграмм» [https://www.instagram.com/myasnuha\\_barnaul/](https://www.instagram.com/myasnuha_barnaul/) размещаются рекламные материалы следующего содержания:

При открытии группы «ВКонтакте» в описании указано: «Мяснуха-брутальный погребок для настоящих мужчин! Все про мясо и пиво! У нас: мраморная говядина импортное пиво сочные бургеры спорт трансляции винный бар сочный дым 717 504 Балтийская,12 Ждем вас в гости: вс-чт 12-01 пт-сб 12-03». Указана ссылка на профиль в инстаграм: [https://www.instagram.com/myasnuha\\_barnaul/](https://www.instagram.com/myasnuha_barnaul/) и местоположение бара «Барнаул,Россия».

На стене группы опубликованы записи «Разливаем счастье по вашим бокалам Встречаемся этим вечером с друзьями в самом мясном ресторане нашего города @myasnuha\_barnaul...» указаны хештеги «#мяснухабарнаул #промясо #пропиво #барбарнаул #пивобарнаул..», а также прикреплено изображение с демонстрацией розлива пива и эмблемами производителей, таких как «Affligem Blonde» и др. запись от 11 апреля в 18:19.

Запись от 21 марта в 11:52 «В эфире рубрика #мяснухапиво и сегодня свою кандидатуру на пост пива дня выдвинул Sport Session IPA от уже известной вам пивоварни JAWS. Отличается от своих собратьев более низким уровнем горечи и, соответственно, более высокой питкостью! Ураганная смесь тропиков и алтайского хвойного леса во вкусе унесет вас от всех проблем и окунет в атмосферу приятного отдыха! Забегайте попробовать», также прикреплено изображение с бутылками и эмблемой марки пива.

Запись от 21 марта 11:49 «На деревьях еще даже не набухли почки, а у нас уже созрели яблоки и груши Для любителей сладенького у нас всегда есть что выпить: Пуаре- это попросту сброженный грушевый сок! Груши в этом напитке вобрали в себя все солнечные лучи и готовы вот так просто подарить их вам. Вкус очень свежий, бодрящий с игривыми нотами шампанского. Черный сидр-сочное зеленое яблочко, разлитое в бутылки с особенным ингредиентом-экстрактом темного солода. Сочетание получилось взрывное- сладкий умеренной терпкости вкус с карамельным ароматом и темным насыщенным цветом». Также размещена фотография бутылки с эмблемой «Пуаре».

Запись от 13 февраля 12:36 «Друзья делимся с вами историей про универсальное вкусное пиво, подходящее к любому блюду. Dvanastka Ale- блонд эль просто созданный для отличного вечера в душевной компании Освежающее, питкое, с выраженной солодовой основой с гармонично вплетенной приятной хмелевой горечью. Пивовары создали его из микса двух элитных сортов хмеля Perle и Saaz, наделив его неповторимым цветочным ароматом и чуть заметной сладостью Забегайте попробовать, вы точно будете довольны», прикреплено изображение бутылки с эмблемой «Dvanastka»

Запись от 13 февраля в 12:04 «Сегодня мы хотим познакомить вас с пивом с по-настоящему имперским характером- Russian Imperial Stout.Король среди статусов с густым и плотным вкусом окутает вас своим согревающим послевкусием лучше чем бабушкин теплый свитер. Обладает шоколадно-дымным ароматов и оставляет после себя легкую, терпкую горчинку. Уже захотел? Тогда бегите к нам. Ждем вас на балтийской,12», прикреплено изображение бутылки с эмблемой «Russian Imperial Stout». Также в разделе «альбомы» раздел «про пиво» размещены фотографии бутылок с эмблемами.

При открытии [https://www.instagram.com/myasnuha\\_barnaul/](https://www.instagram.com/myasnuha_barnaul/) указано «Мяснуха бар ресторан барнаул мраморная говядина импортное пиво сочные бургеры спорт трансляции сочный дым 717 504 вс-чт 12-01/ пт-сб 12-03 #мяснухабарнаул».

В публикациях имеются фотографии с изображением бутылки с эмблемой «Salden's Double Chocolate Stout», пива «Ma Chere Framboise», «Weizen от Jaws Brewery», «Salt Pearl», «Rocket Jump», «IPA», «Гордиев узел», «Spot Session IPA», «Jameson».

Согласно информации размещенной в сети «Интернет»:

-«Salden's Double Chocolate Stout» (<http://bochkashop.ru/butylocnoe/russia/saldens-brewery/saldens-double-chocolate-stout-zb-05-1.html>) принадлежит пивоварне Saldens Brewery, крепость данного напитка 7%;

-«Ma Chere Framboise» легкое крафтовое фруктовое пиво с соком малины крепость 5% (<https://winestyle.ru/products/Konix-Brewery-Ma-Chere-Framboise.html>);

-«Weizen от Jaws Brewery» пшеничное пиво, крепость которого 4.6% ([http://rus-beer.ru/catalog/pivo\\_v\\_tare/dzhous\\_vaytsen\\_jaws\\_weizen\\_0\\_5\\_1/](http://rus-beer.ru/catalog/pivo_v_tare/dzhous_vaytsen_jaws_weizen_0_5_1/));

-«Salt Pearl» крепость 4.1%

([http://www.rusbeer.ru/catalog/pivo\\_v\\_tare/koniks\\_zhemchuzhina\\_sol\\_konix\\_salt\\_pearl\\_0\\_5\\_1/](http://www.rusbeer.ru/catalog/pivo_v_tare/koniks_zhemchuzhina_sol_konix_salt_pearl_0_5_1/));

-«Rocket Jump» крепость 6.3% (<https://profibeer.ru/beer/29843/>), IPA крепость 5.9%

(<http://www.wolfsbrewery.ru/catalog/22/>);

-«Гордиев узел» крепость 6% (<http://jawsbeer.ru/beers/gordiev-uzel>);

-«Spot Session IPA» крепость 4.2% (<http://pivoforum.ru/2017/05/09/spot-session-ipa/>);

-«Jameson» крепость 40% (<https://ru.wikipedia.org/wiki/Jameson>).

На основании изложенного, обозначенная рекламная информация полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», является публичной, направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к рекламируемой алкогольной продукции (пиво) марок «Salden's Double Chocolate Stout», «Ma Chere Framboise», «Weizen от Jaws Brewery», «Salt Pearl», «Rocket Jump», «Гордиев узел» и др., к продавцу и производителю рекламируемого товара, способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их на рынке. Согласно пункту 8 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», реклама алкогольной продукции не должна размещаться в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

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

Указания в рекламе «унесет вас от всех проблем и окунет в атмосферу приятного отдыха» (запись от 21 марта «ВКонтакте»), «окутает вас своим согревающим послевкусием лучше чем бабушкин теплый свитер» применительно в данном контексте к алкогольной продукции определенных марок, содержат в себе признаки нарушения пункта 1 части 1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

В группах социальной сети «Instagram» бара-ресторана «Мяснухан» размещены публикации с подписью «У нас столько вкусных блюд, что порой разбегаются глаза. В этот момент лучше всего сделать глубокий вдох и выход! С нашим кальяном этот процесс станет не только успокаивающим, но и приятным. Мы продумали все до мелочей, вам осталось только прийти к нам в гости! Балтийская 12» (запись от 4 апреля), запись сопровождается демонстрацией употребления кальяна.

«А вы знали, что у нас есть не только сочное мясо и импортное пиво, но и дымные кальяны? Если еще не пробовали, то ждем вас сегодня в гости, пожарим вам стейк и забьем кальяничик. Отличная идея, согласны? Тогда скорее бегите к нам». (запись от 3 февраля), запись сопровождается с демонстрацией употребления кальяна.

«Друзья, сегодня раскроем все карты: для любителей не только пенного, но и сочного и дымного, все легкие кальяны стоят всего 600руб, а покрепче 800руб Всегда, и в любое время Приходите насладиться вкусными забивками от наших мастеров кальянного искусства.». (запись от 19 января), данная запись также сопровождается фотографией с сопровождением кальяна.

Согласно ч.8 ст.7 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама товаров табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок.

Согласно п.3 ч.5 ст.5 Федерального закона «О рекламе» реклама не должна содержать демонстрацию процессов курения и потребления алкогольной продукции.

На странице в «Instagram» бар-ресторана «Мяснуха» размещены фотографии с использованием образов людей в рекламе алкогольной продукции.

Согласно п.6 ч.1 ст.21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

По имеющейся информации на сайте [https://vk.com/page-59800369\\_45472186](https://vk.com/page-59800369_45472186) указаны типы групп:

-открытая- просматривать материалы такой группы и вступить в неё смогут все желающие. Открытую группу можно найти с помощью поиска;

-закрытая группа- группу можно найти через поиск, но попасть в нее получится только по приглашению администраторов сообщества, либо подав заявку и получив одобрение руководства группы, материалы закрытой группы могут видеть только участники, остальные пользователи «ВКонтакте» увидят лишь логотип группы, её название, описание и список участников;

- частная- подобные группы нельзя найти ни через поиск, ни увидеть на страницах участников, единственный способ попасть в них- получить приглашение от администратора, никто, кроме участников и приглашенных, не сможет увидеть название, логотип и другие материалы группы.

Группа бар-ресторана «Мяснуха» [https://vk.com/myasnuha\\_barnaul](https://vk.com/myasnuha_barnaul) является открытой.

Согласно информации на сайте [https://help.instagram.com/196883487377501/?helpref=hc\\_fnav&bc\(0\)=368390626577968&bc\(1\)=1757120787856285](https://help.instagram.com/196883487377501/?helpref=hc_fnav&bc(0)=368390626577968&bc(1)=1757120787856285) все могут

просматривать профиль, а также публикации на Instagram. Публикации можно сделать закрытыми, чтобы их видели только одобренные подписчики.

Таким образом, страница в «Instagram» бар-ресторана «Мяснуха» является открытой.

Распространенная информация по своему содержанию, не позволяет определить круг ее получателей, является неперсонифицированной, направленной на привлечение внимания неопределенного круга лиц к алкогольной продукции, реализуемой в бар-ресторане «Мяснуха», а также к кальянам, что формирует и поддерживает интерес к данной продукции, и тем самым способствует ее продвижению на рынке, что по всем признакам соответствует понятию рекламы, содержащемуся в ст.3 ФЗ «О рекламе».

В материалах дела имеется письменный отзыв на определение о возбуждении дела от ООО «ВКонтакте». ООО «ВКонтакте» сообщило, что при регистрации на сайте пользователи в полном объеме и безоговорочно принимают Правила, а соответственно, в том числе, и права и обязанности, связанные с использованием и функционированием сайта, и самостоятельно несут ответственность за их нарушение. В частности, правила устанавливают, что в процессе использования сайта пользователь обязан соблюдать положения действующего законодательства Российской Федерации, настоящих Правил и иных специальных документов Администрации сайта (п.6.1. Правил).

В соответствии с п.5.13.7 Правил пользователь несет полную ответственность за свои действия, связанные с созданием и администрированием Сообществ, в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации, международными правовыми актами и Правилами.

ВКонтакте предоставляет лишь техническую возможность для общения Пользователей и обмена информацией с соблюдением требований законодательства РФ и Правил пользования сайтом ВКонтакте, самостоятельно не инициирует размещение информации на Сайте, не выбирает получателей информации, не участвует в формировании содержания страниц Сайта, в момент размещения информации Пользователями Сайта не знает, и не имеет возможности знать (в том числе технической), нарушает ли такое размещение охраняемые законом права и интересы третьих лиц.

Информация на персональных страницах Пользователей и в Сообществах является пользовательским контентом, размещается на безвозмездной основе без участия ООО «ВКонтакте», не проходит предварительную модерацию (цензуру, согласование) со стороны Администрации Сайта. Иными словами, между ООО «ВКонтакте» и

пользователем, разместившим информацию договорные отношения отсутствуют. Сообщество <https://vk.com/club161706352> (с коротким поддоменным именем [https://vk.com/myasnuha\\_barnaul](https://vk.com/myasnuha_barnaul)) официальными рекламными инструментами посредством подключения к рекламной сети ВКонтакте не пользовалось.

В заседании Комиссии С<...>, факт размещения рекламы в социальных сетях подтвердил, с нарушением согласен, записи с алкогольной продукцией и кальянов были удалены со страниц в социальных сетях группы бар-ресторана «Мяснуха» в «ВКонтакте» и «Instagram».

С<...> также сообщил, что деятельность в баре-ресторане «Мяснуха» по адресу: ул.Балтийская,12, г.Барнаул осуществлял ИП Стариков <...> (ИНН 226702226618), в настоящее время бар не функционирует.

В заседании Комиссии 25.09.2018 года членами Комиссии в присутствии С<...> был произведен осмотр сайта [https://vk.com/myasnuha\\_barnaul](https://vk.com/myasnuha_barnaul) и [https://www.instagram.com/myasnuha\\_barnaul/](https://www.instagram.com/myasnuha_barnaul/), какие-либо записи в данных группах отсутствуют.

В соответствии со ст.38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требований п.3 ч.5 ст.5, ч.8 ст.7, ч.1,2,3 ст.21 Федерального закона «О рекламе» несет как рекламодатель, так и рекламодатель.

Информация размещаемая в социальных сетях [https://vk.com/myasnuha\\_barnaul](https://vk.com/myasnuha_barnaul) и [https://www.instagram.com/myasnuha\\_barnaul/](https://www.instagram.com/myasnuha_barnaul/) полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», закрепленному в статье 3 Федерального закона «О рекламе», направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к алкогольной продукции и кальянов, способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их на рынке.

Таким образом, Комиссией установлен факт нарушения ИП Стариковым А.С. (ИНН 226702226618) п.3 ч.5 ст.5, ч.8 ст.7, ч.1,2,3 ст.21 Федерального закона «О рекламе», что выражается в размещении и распространении ненадлежащей рекламы алкогольной продукции и кальянов.

Руководствуясь, часть 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, кальяна, размещенную в социальной сети «ВКонтакте» и «Instagram», поскольку в ней нарушены требования п.3 ч.5 ст.5, ч.8 ст.7, ч.1,2,3 ст.21 Федерального закона «О рекламе».
2. Признать ИП Старикова <...> (ИНН 226702226618) нарушившим требования п.3 ч.5 ст.5, ч.8 ст.7, ч.1,2,3 ст.21 Федерального закона «О рекламе»
3. Предписание ИП Старикову <...> (ИНН 226702226618) не выдавать в связи с нецелесообразностью.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Алтайского краевого УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном ст.14.3 КоАП РФ.

Решение Комиссии может быть обжаловано в арбитражный суд в трех месячных срок со дня его вынесения.

Председатель Комиссии Б<...>

Члены Комиссии К<...> П<...>