

РЕШЕНИЕ

по делу № 077/05/21-1180/2020

«06» марта 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 № 077/05/21-1180/2020 в отношении ООО «Рамблер Интернет Холдинг», ООО «Состав.ру» 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 на сайте в сети Интернет по адресу <https://woman.rambler.ru/other/42402904-vodka-icon-sozдание-brenda-dlya-novogo-pokoleniya-potrebiteley/>, рекламы водки ICON,

в присутствии ООО «Рамблер Интернет Холдинг» в лице <...> (по доверенности № б/н от 02.10.2019), ООО «Состав.ру» в лице законного представителя <...> (на основании приказа № 1 от 31.10.2006),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/21-1180/2020 возбуждено в отношении ООО «Рамблер Интернет Холдинг», ООО «Состав.ру» на основании заявления физического лица по факту распространения в октябре 2019 года на сайте в сети Интернет по адресу <https://woman.rambler.ru/other/42402904-vodka-icon-sozдание-brenda-dlya-novogo-pokoleniya-potrebiteley/>, рекламы водки ICON.

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 «Состав.ру» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 20.11.2006 за основным государственным регистрационным номером 1067759922306, ИНН/КПП 7709711663/771501001.

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 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/42402904-vodka-icon-sozdanie-brenda-dlya-novogo-pokoleniya-potrebiteley/> является дословным воспроизведением материала, размещенного по адресу <https://www.sostav.ru/publication/vodka-icon-sozdanie-brenda-dlya-novogo-pokoleniya-potrebitelej-37811.html>.

Так, данная статья содержит следующую информацию:

«Водка ICON: создание бренда для нового поколения потребителей.»

[Далее следует фотография двух бутылок водки с этикетками, на одной из которых текст «ICON водка» выполнена белым текстом на черном фоне, другая — черным текстом на белом фоне.]

Рынок крепкого алкоголя в целом и водки в частности сейчас находится на переходном этапе: производители последовательно смещают свои ориентиры на более молодую аудиторию. Устойчивый тренд «омоложения» алкогольных брендов обусловлен постепенной сменой поколений, когда со сцены активного потребления уходит консервативная аудитория, привыкшая к традиционным визуальным кодам в упаковке.

В игру вступают молодые люди 25–35 лет, которые не ищут классических решений и не ностальгируют по советскому прошлому. При этом они достаточно разборчивы и предпочитают новые решения, в том числе в водочном сегменте.

Перед агентством Weavers Brand Consultancy заказчиком — компанией Raimbek — была поставлена задача разработать новый бренд водки для поколения миллениалов. Raimbek должен был стать важной частью портфеля водочных брендов компании. На стратегической стадии проекта командой Weavers были проанализированы актуальные тренды в водочном сегменте и изучены наиболее интересные кейсы последних лет.

По словам сотрудников агентства, они убедились в том, что бренды, которые играют на этом «поле», не ограничиваются поиском и развитием классических водочных сюжетов и приемов, а прибегают к свежим, иногда даже провокационным решениям, подчас заимствуя идеи и стилевые подходы

с других рынков и продуктовых категорий. В них, как правило, присутствует некая явно выраженная идея — например, у брендов «Дрова» или «Воздух» («Пьешь, как дышишь»), а их эстетика гораздо ближе к современной визуальной культуре.

По итогам активных дискуссий агентство определило стратегию будущих разработок, которая звучала как «инсайт — инновация — идея с потенциалом развития».

Вадим Журавлев, управляющий партнер Weavers Brand Consultancy:

Инсайт для водки — это не просто идея или ассоциация, которые связаны с продуктом или ситуацией его потребления, но идея, которая затрагивает душевные струны человека, равнодушного к крепкому алкоголю, и именно эти внутренние переживания и делают для него бренд привлекательным и интересным.

Инновация — ключевой фактор в успехе водочного бренда. Инновация в водке может быть реализована различным способом: в технологии производства продукта, в идее бренда, в форме бутылки, в визуальной стилистике и даже в интонации, с которой бренд «общается» с потребителем. Главное — сказать что-то новое на рынке, а не остаться в ряду одинаковых брендов и идей.

Идея с потенциалом развития особенно важна в контексте ограничений на рекламу в данном сегменте. Здесь мы говорим о возможности бренда обеспечить самопроизвольную коммуникацию в потребительской среде. Это могут быть шутки, парафразы, игровые сюжеты и характеристики, связанные с элементами идентификации бренда или продолжающие его идею, которые спонтанно воспроизводятся потребителями.

По результатам этапа нейминга было выбрано название ICON. Основной смысл и амбиция, заложенные в названии, — стать «брендом-иконой», то есть эталоном, образцом на водочном рынке. Для современного поколения в этом слове есть еще и важное второе значение: icons — иконки в девайсах и соцсетях, ставшие частью визуального языка современного поколения.

Прямым продолжением «иконического» названия стала смысловая концепция бренда, получившая развитие в его визуальном образе. Основная идея бренда — двойственность человеческой природы, вечное противоборство «греховности» и «святости» в душе человека. Нередко эти качества ярче всего раскрываются как раз в тех ситуациях, когда алкоголь становится катализатором человеческих желаний и страстей.

Василий Омелье, креативный директор, партнер Weavers Brand Consultancy:

Разработанная нами уникальная, но при этом достаточно простая форма бутылки, лаконичная графика этикетки резко контрастируют на фоне традиционного водочного дизайна, формируют впечатление современного водочного бренда и при этом отлично выделяют продукт на полке.

Логотип бренда выполнен современным шрифтом, расположен на этикетке вертикально и является главной визуальной доминантой упаковки.

Частью логотипа является силуэт-иконка бутылки с характерными символами святости для водки «святая» и греха для водки «грешная».

Идея внутреннего противоречия между «святой» и «грешной» заявлена и на уровне контрастной цветовой гаммы этикеток: для «грешной» использован черный фон с красными акцентами, «святая» выполнена в белом и голубом.

Колористика бренда продолжается и на внутренней стороне фронтальной этикетки: что снаружи заявлено как цветовой акцент, внутри — на обратной стороне этикетки — превращается в сплошной цвет, видимый через стекло и раскрывающий новые грани образа и идеи.

Использованные спецэффекты, такие как текстура бумаги, тиснение и выборочная лакировка, позволили команде Weavers дополнительно подчеркнуть образ бренда и добавить ему ощущение премиальности».

На сайте в сети Интернет по адресу <https://www.sostav.ru/publication/vodka-icon-sozдание-brenda-dlya-novogo-pokoleniya-potrebitelej-37811.html>, который является первоисточником информации, размещенной на сайте woman.rambler.ru, данная статья размещена в сопровождении нескольких фотографий бутылок прозрачной жидкости с черной и белой этикетками, на которых содержится текст «ICON водка, святая 38%, грешная 45%», выполненных в разных ракурсах и разной степени увеличения изображения».

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 проанализирован макет рассматриваемой рекламы, размещенный на сайте woman.rambler.ru, в частности, его текстовая часть. В статье содержится упоминание марки водки, а автором материала целенаправленно формируется положительное впечатление об описываемой продукции у лиц-потребителей (читателей статьи) путем описания новизны и молодежной направленности внешнего выражения упаковки товара, что безусловно способствует продвижению рекламируемого товара на рынке.

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

Согласно письменным пояснениям ООО «Состав.ру» спорная информация не подпадает под понятие рекламы и соответственно сферу применения Закона о рекламе в соответствии с пунктом 3 части 2 статьи 2 Закона о рекламе, поскольку интернет-ресурс www.sostav.ru представляет собой портал о рекламе, маркетинге, брендинге и пиаре, основной деятельностью которого является публикация информационно-аналитических материалов по созданию брендов. В данном случае, как указывает ООО «Состав.ру»,

информационный материал был опубликован в подразделе «Дизайн» раздела «Брендинг» и был посвящен процессу создания водочного бренда производителя Raimbek, его упаковки, названия, дизайна этикетки. При этом ООО «Состав.ру» обратило внимание, что ни в каких правоотношениях с производителем Raimbek не состоит, а водка «ICON» на территории Российской Федерации не реализуется.

В силу пункта 3 части 2 статьи 2 Закона о рекламе данный закон не распространяется 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.

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 группу 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 сайт www.sostav.ru посвящен материалам справочного и аналитического характера не опровергает то обстоятельство, что в данном конкретном случае на указанном интернет-портале продвигались товары конкретного производителя. Одновременно, при оценке содержания данной статьи, отсутствуют основания полагать, что в ней привлекалось внимание к агентству Weavers Brand Consultancy, непосредственно

исполнившему дизайн упаковки, поскольку кроме как упоминания названия агентства и фамилий и имен его сотрудников, иная информация о нем отсутствует.

В то же время Комиссией установлено, что из содержания указанного сайта из раздела «Реклама на сайте» следует, что помимо размещения на данном ресурсе баннерной рекламы, публикуемой опосредованно от материалов статей, имеется возможность размещения новости на правах рекламы (Новостной продукт), авторской колонки, содержащей аналитический, обзорный материал по рынку и рекламе услуг компании (PR продукт), а также иных форм рекламы на сайте. В этой связи Комиссия приходит к выводу о том, что информационный портал www.sostav.ru, под которым подразумевается портал аналитической и справочной направленности, также является ресурсом для размещения рекламы различного формата, в том числе рекламных статей.

В рассматриваемом случае содержание статьи представлено описанием различных аспектов внешнего выражения продукта — водки бренда ICON производства Raimbek, сущность которого отсутствием продажи на территории Российской Федерации не опровергается, поскольку данный продукт по-прежнему представляет собой алкогольный напиток — водку.

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация распространялась неопределенному кругу лиц, исходя из способа распространения и содержания, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (водке «ICON»), 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 адресу <https://woman.rambler.ru/other/42402904->

vodka-icon-sozdanie-brenda-dlya-novogo-pokoleniya-potrebiteley/, рекламы водки ICON 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 рекламодатель.

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

Таким образом, рекламодателем 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](https://www.sostav.ru/publication/vodka-icon-sozdanie-brenda-dlya-novogo-pokoleniya-potrebitelej-37811.html) является дословным воспроизведением материала, размещенного по адресу <https://www.sostav.ru/publication/vodka-icon-sozdanie-brenda-dlya-novogo-pokoleniya-potrebitelej-37811.html>, сопровождавшееся соответствующей пометкой. В этой связи Общество возражает против признания его в качестве рекламодателя 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 «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.

ООО «Рамблер Интернет Холдинг» на основании разрешительного письма ООО «Состав.ру» № б/н от 02.02.2017 разместило текстовые и

фотографические материалы с Интернет-сайта www.sostav.ru для публикации на Интернет-ресурсах ООО «Рамблер Интернет Холдинг».

Согласно указанному письму ООО «Состав.ру» гарантирует, что использование ООО «Рамблер Интернет Холдинг» материалов способом, указанным в настоящем письме, не нарушает и не будет нарушать законодательство Российской Федерации. При этом, ООО «Состав.ру» урегулирует своими силами и за свой счет претензии со стороны третьих лиц, а также компенсирует последнему убытки, причиненные такими претензиями.

Спорный новостной материал на ресурсе Рамблер/Женский в том виде, в котором был размещен, предоставлен ООО «Состав.ру» на основании указанного письма, что также подтверждается наличием в новостном материале сведений о первоисточнике. ООО «Рамблер Интернет Холдинг» не является автором спорного материала, а также инициатором его публикации в публичном (открытом) доступе.

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 «Состав.ру» до пользователей при фактическом бездействии ООО «Рамблер Интернет Холдинг».

В связи с вышеизложенным ООО «Состав.ру» 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 в действиях ООО «Состав.ру» при распространении в октябре 2019 года на сайте в сети Интернет по адресу <https://woman.rambler.ru/other/42402904-vodka-icon-sozдание-brenda-dlya-novogo-pokoleniya-potrebiteley/>, рекламы водки ICON установлено нарушение пункта 8 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

Доказательств, свидетельствующих о прекращении распространении указанной рекламы, в материалы дела не представлено.

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 (пусть 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 «Состав.ру» предписания о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе. Выдать ООО «Рамблер Интернет Холдинг» предписания о принятии мер по предотвращению распространения рекламы с нарушением требований 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, Комиссия Московского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать ООО «Состав.ру» нарушившим пункт 8 части 2 статьи 21 Закона о рекламе при распространении в октябре 2019 года на сайте в сети Интернет по адресу <https://woman.rambler.ru/other/42402904-vodka-icon-sozdanie-brenda-dlya-novogo-pokoleniya-potrebiteley/>, рекламы водки ICON.

2. Выдать ООО «Состав.ру» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Выдать ООО «Рамблер Интернет Холдинг» предписание о прекращении участия в распространении рекламы ООО «Состав.ру» с нарушением положений законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

Председатель Комиссии

<...>a

Члены Комиссии

<...>a

<...>a