

ООО «Айриэлтор»

107023, г. Москва,
ул. Электрозаводская, д. 27, стр. 8,
помещ. I, эт. 5

РЕШЕНИЕ
по делу № 077/05/5-446/2020

«12» февраля 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, Комиссия) в составе:

председателя Комиссии: <...>,

членов Комиссии: <...>, <...>,

рассмотрев дело № 077/05/5-446/2020, возбужденное в отношении ООО «Айриэлтор» (ОГРН 1137746481190, ИНН 7718935772) по факту распространения в период с 04.04.2019 по 16.05.2019 при размещении в социальной сети Инстаграм рекламы «Циан. Для романтики не нужны соседи» с демонстрацией процесса потребления алкогольной продукции, с нарушением пункта 3 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе),

в присутствии представителя ООО «Айриэлтор» в лице <...> (по доверенности № <...>),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/5-446/2020 возбуждено в отношении ООО «Айриэлтор» на основании заявления физического лица и материалов по факту распространения в социальной сети Инстаграм в период с 04.04.2019 по 16.05.2019 рекламы следующего содержания: «Циан. Для романтики не нужны соседи» с демонстрацией процесса потребления алкогольной продукции.



В рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения пункта 3 части 5 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы, демонстрирующей процесс потребления алкогольной продукции.

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

ООО «Айриэлтор» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 06.06.2013 за основным государственным регистрационным номером 1137746481190, ИНН 7718935772, КПП 997750001.

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 реклама распространялась в социальной сети Инстаграм, а равно была доступна неограниченному кругу лиц-потребителей рекламы. Таким образом, установлено, что способ распространения рассматриваемой рекламы является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по кругу лиц-потребителей рекламы Комиссией Московского УФАС России не установлено.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе под объектом рекламирования понимается 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.

В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В настоящем случае рассматриваемое рекламное объявление направлено на привлечение внимания, формирование или поддержание интереса и продвижению услуг сервиса недвижимости «Циан».

Однако на представленном макете спорной рекламы изображена молодая пара (мужчина с женщиной), сидящие за столом, в центре которого стоят только две зажженные свечи, и выпивающие напитки светлого цвета из бокалов для шампанского под закадровый текст «*Циан. Для романтики не нужны соседи*».

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация распространялась неопределенному кругу лиц, исходя из способа распространения и содержания, направлена на привлечение внимания к нескольким объектам рекламирования, а следовательно является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 3 части 5 статьи 5 Закона о рекламе в рекламе не допускается демонстрация процессов курения и потребления алкогольной продукции.

В настоящем случае в рекламе молодая пара держит бокалы узкой удлиненной формы на длинной ножке. Такие бокалы используются повсеместно для распития алкогольных напитков, а именно игристых вин. Кроме того, содержащийся в бокалах напиток имеет светло-желтоватый оттенок. Данный оттенок характерен для большинства игристых вин, а также шампанского. В совокупности с удлиненным бокалом на тонкой ножке и цветом напитка, а также романтической обстановки вокруг молодой пары (как указывается самим рекламодателем «*Для романтики не нужны соседи*»), Комиссией однозначно делается вывод о том, что в настоящем случае демонстрируется употребление именно алкогольной продукции.

Таким образом, проанализировав внешний вид и содержание рассматриваемой информации, Комиссия приходит к выводу, что в настоящем случае демонстрируется употребление алкогольной продукции.

Более того, вопрос о квалификации рассматриваемой рекламы был вынесен 25.10.2019 на Экспертный совет Московского УФАС России по применению законодательства о рекламе и антимонопольного законодательства в части недобросовестной конкуренции, на заседании которого большинство экспертов посчитали данную рекламу содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Участниками Экспертного совета были озвучены следующие мнения:

- «...очевидно, что в бокалах у молодых людей содержится алкогольный продукт, вино или шампанское. Данный вывод следует из анализа так называемых символов культурных кодов. Описание конкретной ситуации производится с использованием определенных знаковых маркеров. В данном случае автор рекламы презюмирует романтическую обстановку, что подтверждается не только представленным слоганом, но и самой атмосферой, передаваемой на фотографии: приглушенный свет, свечи. Думаю, у большинством людей, удививших эту фотографию, возникает ассоциация, что в бокалах у этих молодых людей не вода и не газировка»;

- «...исходя из обстановки следует вывод о том, что в бокалах содержится

алкогольный продукт...»).

Перед участниками Экспертного совета был поставлен вопрос: нарушает ли данная реклама требования законодательства Российской Федерации о рекламе? За наличие нарушения в данной рекламе из 58 участников проголосовало 43 человека.

Ссылка на протокол Экспертного совета содержится в открытом доступе на сайте Московского УФАС России, в разделе «Общественные советы», а также копия протокола имеется в материалах настоящего дела.

Таким образом, распространенная в социальной сети Инстаграм в период с 04.04.2019 по 16.05.2019 реклама следующего содержания: *«Циан. Для романтики не нужны соседи»* содержит признаки нарушения пункта 3 части 5 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы, демонстрирующей процесс потребления алкогольной продукции.

Ответственность за нарушение пункта 3 части 5 статьи 5 Закона о рекламе в соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе несет рекламоатель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламоателем признается изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Распространение спорной рекламы осуществлялось на условиях Оферты на оказание услуг «FaceBook», размещенной в сети Интернет по адресу <https://www.facebook.com/legal/terms>, заполненной ООО «Айриэлтор».

Следовательно рекламоателем рассматриваемой рекламы является ООО «Айриэлтор», поскольку оно выступило лицом, определившим объект рекламирования в спорной рекламе. Самим Обществом данный факт не оспаривается.

В соответствии с документами, представленным в материалы дела, рекламоателем рассматриваемой рекламы является ООО «Айриэлтор».

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России, в действиях ООО «Айриэлтор» при распространении рекламы в социальной сети Инстаграм, установлено нарушение пункта 3 части 5 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно пункту 44 Правил 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 (пускай 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.

Между тем предписание само по себе направлено именно на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, и 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 «Айриэлтор» предписания о прекращении нарушения 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, Комиссия Московского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать ООО «Айриэлтор» (ОГРН 1137746481190, ИНН 7718935772) нарушившим требования пункта 3 части 5 статьи 5 Закона о рекламе при распространении в социальной сети Инстаграм в период с 04.04.2019 по 16.05.2019 рекламы следующего содержания: *«Циан. Для романтики не нужны соседи»*, которая содержит демонстрацию процесса потребления алкогольной продукции.

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

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>