

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-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>,

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, Nearest 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



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

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 говяжьих 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

гастро-встреча The Singleton FunFair. Шеф-повара известных ресторанов Москвы по доброй традиции представили на тематической вечеринке авторские сеты в формате фуднейринга. 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-повара придумали для нее авторские сеты в формате фуднейринга 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 фуднейринга: 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».

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-menyu-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

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 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 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

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» (allsafe.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.

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 (allsafe.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 allsafe.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/>,

<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 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 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 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.

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-menu-i-itogi-vii-gastronomicheskoy-vecherinki-the-singleton/> рекламы виски «The Singleton» установлено нарушение пункта 8

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.

Председатель Комиссии

<...>a

Члены Комиссии

<...>a

<...>a