

## **РЕШЕНИЕ**

### **по делу № 034/05/5-39/2020**

16 марта 2020 года Волгоград

Резолютивная часть решения оглашена 16 марта 2020 года

Решение изготовлено в полном объеме 27 марта 2020 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области (далее – Волгоградское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя Управления;

член Комиссии - заместитель начальника отдела контроля государственных и муниципальных закупок, недобросовестной конкуренции и рекламы,

член Комиссии –ведущий специалист-эксперт отдела контроля государственных и муниципальных закупок, недобросовестной конкуренции и рекламы,

рассмотрев дело № 034/05/5-39/2020, возбужденное по признакам нарушения ч. 6 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе) в отношении ИП К. Р.Р. (ОГРНИП 317344300069791, ИНН 344346423995, дата присвоения ОГРНИП: 25.07.2017); в ходе дела в отношении лица, в чьих действиях содержатся признаки нарушения привлечено ООО «Колба» (ОГРН: 1175658013244, Дата присвоения ОГРН: 21.06.2017, ИНН: 5609186368, адрес: 460052 Оренбургская область, г. Оренбург, микрорайон 70 лет ВЛКСМ, д. 16/1, пом. 1.2),

с участием:

- Б.А.В., представителя ИП К. Р.Р. (доверенность от 12.02.2020), а также ООО «Колба» (доверенность от 25.02.2020).

### **УСТАНОВИЛА:**

Антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе: предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе; возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (ч. 1 ст. 33 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

26.11.2019 в Волгоградское УФАС России по телефону поступило обращение гражданки, которая не пожелала представиться и оставить свои контактные данные. Гражданка изложила жалобу на непристойную рекламу магазина самогонных аппаратов «Колба» (наличие недоговорённых нецензурных слов), которая транслировалась в эфире радио «Новое радио» (104 FM) 26.11.2019 примерно в 13 ч 00 мин.

В соответствии с п. 12 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508 (далее – Правила) дело может быть возбуждено Федеральной антимонопольной службой или ее территориальными органами (далее - антимонопольный орган) по собственной инициативе при выявлении фактов, указывающих на признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также по представлению прокурора, обращению органа государственной власти или органа местного самоуправления, заявлению физического или юридического лица.

В связи с поступившей информацией в адрес ООО «Компания Новое радио» был направлен запрос о представлении информации о распространении в ноябре 2019 года в эфире «Новое радио» (104,0 FM) рекламы магазина самогонных аппаратов «Колба» с указанием текстов рекламы, записи роликов рекламы, периода времени, территории распространения такой рекламы с приложением подтверждающих документов.

В ответ на указанный запрос была представлена информация о том, что на радиоканале «Новое радио» непосредственно ООО «Компания Новое радио» не осуществлялось размещения рекламы магазина самогонных аппаратов «Колба». Фактическое размещение рекламных материалов в эфире радиоканала «Новое радио» на указанной территории вещания осуществляется ООО «Свежий Ветер. Волгоград» (ОГРН 1153443011820, ИНН 3444252478), которое заключает для этих целей соответствующие договоры с рекламодателями и самостоятельно проводит правовую оценку рекламных материалов (вх. № 12310 от 27.12.2019).

В ответ на аналогичный запрос антимонопольного органа ООО «Свежий ветер. Волгоград» представило сведения о том, что между ООО «Свежий ветер. Волгоград» и ИП К. Р.В. (ОГРНИП 317344300069791, ИНН 344346423995, дата присвоения ОГРНИП: 25.07.2017) заключен договор № 1217 МР-026Р от 21.12.2017 на производство и размещение рекламных материалов (вх. № 369 от 20.01.2020). Указанная реклама согласно эфирным справкам размещалась в период с 26.11.2019 по 29.11.2019, а также с 15.11.2019 по 28.11.2019.

Также было пояснено, что услуги по изготовлению рекламного материала магазина самогонных аппаратов «Колба» ООО «Свежий ветер. Волгоград» не оказывало, ролик поступил от ИП Колесника Р.В. в готовом к распространению виде. Кроме того, к ответу на запрос была приложена запись рекламного аудиоролика магазина самогонных аппаратов «Колба».

Оценив рассматриваемую аудиозапись рекламы, специалисты Волгоградского УФАС России установили, что рассматриваемая реклама оформлена в виде песенки на мотив песни известного исполнителя С. Слепакова «Каждую пятницу», и содержит следующий текст:

*«Черная пятница лишь три дня,*

*Акция в «Колбе» не \*\*\*ня*

*Автоклав, пивоварня, аппарат,*

*Все покупай без лишних трат. (\*\*\*) звучит как односигнальный звук «пи»)*

*Далее просто текст: Черная пятница по всех магазинах самогонных аппаратов «Колба». Реальные скидки до 50 %. Только с 27 по 29 ноября в городе Волгоград на Жукова, 94 ТЦ «Аура», в городе Волжский на улице Мира 75, Торговый центр «Фламинго».*

Согласно ч. 6 ст.5 Закона о рекламе в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

Правилами рассмотрения антимонопольными органами дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе (утверждены постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, далее - Правила) предусмотрено, что дела по фактам распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбуждаются и рассматриваются территориальным органом Федеральной антимонопольной службы по месту нахождения (месту жительства) лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства РФ о рекламе.

В случае распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, только на территории, подведомственной одному территориальному органу Федеральной антимонопольной службы, дела возбуждаются и рассматриваются по месту распространения такой рекламы.

Согласно ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п. 5 ст. 3 Закона о рекламе).

С учетом полученной информации рекламодателем выступил ИП К. Р.В. (ОГРНИП 317344300069791, ИНН 344346423995, дата присвоения ОГРНИП: 25.07.2017).

**Определением от 23 января 2020 года в отношении ИП К. Р.Р. (ОГРНИП 317344300069791, ИНН 344346423995, дата присвоения ОГРНИП: 25.07.2017) было возбуждено производство по делу № 034/05/5-39/2020 по признакам нарушения ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе.**

На заседание Комиссии 13.02.2020 ИП К.Р.Р. были представлены письменные и устные пояснения, согласно которым между ИП К.Р.Р. и ООО «Колба» (ОГРН: 1175658013244, Дата присвоения ОГРН: 21.06.2017, ИНН: 5609186368, адрес: 460052 Оренбургская область, г. Оренбург, микрорайон 70 лет ВЛКСМ, д. 16/1, пом. 1.2) заключен лицензионный договор № 44 от 14.10.2018, согласно которому лицензиар

(ООО «Колба») как обладатель исключительного права на объекты интеллектуальной собственности обязуется предоставить лицензиату (ИП К. Р.Р.) для осуществления им предпринимательской деятельности на территории объекты интеллектуальной собственности, а лицензиат уплатить вознаграждение за предоставленные объекты интеллектуальной собственности.

Согласно п. 3.2.10.1 данного договора лицензиат в целях привлечения потребителей обязуется проводить мероприятия рекламного характера. В соответствии с п. 3.2.10.3 указанного договора при организации лицензиаром мероприятий рекламного характера по продвижению и рекламе товаров лицензиат обязуется участвовать в них на согласованных с лицензиаром условиях. Дополнительно было пояснено, что в системе Google диск хранятся предоставленные лицензиаром макеты рекламных роликов, которые используются для продвижения товаров и привлечения потребителей Лицензиатом.

ООО «Колба» заключила договор об организации услуг по изготовлению аудио\видеоматериалов, размещению рекламы и иной информации на радио и телеканале № 94 от 28.04.2018 с ИП М.А.М. (ИНН 561013070707). Готовый рекламный ролик был размещен на Google диске.

В целях распространения рекламы на территории Волгоградской области ИП К. Р.Р. заключил договор № 1217MP-026P на производство и размещение рекламных материалов с ООО «Свежий ветер. Волгоград». Рассматриваемая реклама, согласно пояснениям, размещалась в период с 26.11.2019 по 29.11.2019, а также с 15.11.2019 по 28.11.2019 согласно предоставленному ООО «Колба» макету.

Дополнительно было акцентировано внимание антимонопольного органа на том, что согласно п. 3.2.11.6 лицензиат (в частности ИП К.Р.Р.) не имеет права изготавливать макеты рекламных материалов, содержащие информацию о товарах, без письменного согласия лицензиара.

Согласно справке об использовании музыкальных произведений в рекламно-информационных материалах в договоре № 94 от 28.04.2018 в рекламном ролике с названием «Черная пятница» использован текст: *«Черная пятница лишь три дня, акция в «Колбе» - не ф\*\*ня! Автоклав, пивоварня, аппарат! Все покупай без лишних трат»*. Также в оригинале записи ролика, согласно пояснениям, без применения односигнального звука «пи», содержится текст: *«Черная пятница лишь три дня, акция в «Колбе» - не ФИГНЯ! Автоклав, пивоварня, аппарат! Все покупай без лишних трат. Черная пятница по всех магазинах самогонных аппаратов «Колба»...*

По мнению ИП К. Р.Р., фраза «Акция в Колбе – не ф\*\*ня» не может быть истолкована как ругательство с использованием бранного слова. ИП Колесник Р.Р. также ссылается на толковый словарь Ожегова С.И. и Шведовой Н.Ю. (3 изд., стереотипное, Москва «Азъ», 1995), и указывает на то, что слово «фигня» не является ругательным или бранным словом.

На заседании Комиссии устно было пояснено, что рассматриваемая реклама была изготовлена в качестве специального ролика к периоду проведения больших распродаж «Черная пятница». Звук, изготовленный при помощи односигнального звука «пи», подразумевает под собой ни что иное, как опущенное слово «фигня».

Также было пояснено, что рассматриваемая реклама распространялась только

по радио, на территории Российской Федерации. В иных субъектах Российской Федерации дела о нарушении законодательства о рекламе по факту распространения рассматриваемой рекламы не возбуждались. При этом ООО «Колба» имеет лицензиатов в более чем 150 городах России.

В связи с установленным в ходе дела обстоятельством распространения рассматриваемой в деле рекламы в ряде других регионов, Волгоградским УФАС России на основании п. 5 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утв. Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 N 508 (ред. от 20.12.2014), в адрес ФАС России было направлено ходатайство о наделении Волгоградского УФАС России полномочиями по рассмотрению дела № 034/05/5-39/2020 по признакам нарушения законодательства о рекламе (ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе), в том числе в отношении ООО «Колба» (ОГРН: 1175658013244, Дата присвоения ОГРН: 21.06.2017, ИНН: 5609186368, адрес: 460052 Оренбургская область, г. Оренбург, микрорайон 70 лет ВЛКСМ, д. 16/1, пом. 1.2) (исх. № 02-5/818 от 13.02.2020).

В ответ на данное ходатайство от ФАС России поступила информация о наделении Волгоградского УФАС указанными выше полномочиями (вх. № 1525 от 20.02.2020).

Определением от 13.02.2020 рассмотрение дела № 034/05/5-39/2020 было отложено на 16.03.2020 в связи с необходимостью привлечения в качестве лица, в чьих действиях содержатся признаки нарушения Закона о рекламе - ООО «Колба» (ОГРН: 1175658013244, Дата присвоения ОГРН: 21.06.2017, ИНН: 5609186368, адрес: 460052 Оренбургская область, г. Оренбург, микрорайон 70 лет ВЛКСМ, д. 16/1, пом. 1.2), а также в связи с необходимостью проведения заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Волгоградском УФАС России 17.02.2020, в повестку которого был включен вопрос об оценке восприятия рассматриваемой в настоящем деле рекламы.

Для оценки членам Совета представлена для прослушивания аудиореклама магазина самогонных аппаратов «Колба» на мотив песни известного исполнителя С. Слепакова «Каждую пятницу», и содержит следующий текст: «Черная пятница лишь три дня, акция в «Колбе» не \*\*\*ня Автоклав, пивоварня, аппарат, все покупай без лишних трат. Черная пятница по всех магазинах самогонных аппаратов «Колба». Реальные скидки до 50 %. Только с 27 по 29 ноября в городе Волгоград на Жукова, 94 ТЦ «Аура», в городе Волжский на улице Мира 75, Торговый центр «Фламинго» (\*\*\*) звучит как односигнальный звук «пи»).

После прослушивания данной рекламы членам Экспертного совета было предложено её обсудить.

При обсуждении спорной рекламы были высказаны следующие суждения.

Некоторые члены Экспертного совета отметили, что «запикивание» в указанной рекламе сделано намеренно с целью привлечения внимания потребителя.

Один из членов Экспертного совета указал, что использование такого приема в рекламе является демонстративным стремлением сделать рекламу с использованием именно мата, бранных слов и выражений.

Применение в рекламе «запикивания» приравнивается к использованию жесткого мата. К тому же у многоточия строгая лингвистическая функция – недосказанность, намеренное умалчивание.

Также некоторыми членами были высказаны мнения о том, в рассматриваемой рекламе не используется мат, бранные слова и выражения, рекламодателем предприняты меры для недопущения применения мата в рекламе путем использования указанного «запикивания».

Кроме того, некоторыми членами Совета было отмечено, что ими слышится слово «фигня», а не что-то иное.

На голосование были поставлены следующие вопросы:

1. Использовано ли в рекламе бранное слово?

а) да

б) нет

в) затрудняюсь ответить

2. Допустимо ли, по Вашему мнению, в соответствии с действующими нормами морали и нравственности использование в рекламе такого слова?

а) да

б) нет

в) затрудняюсь ответить

Членами Совета была отмечена необходимость в изменении формулировки 2 вопроса: фразу «такого слова» заменить на «выражение в данном виде», а также добавления вопроса со следующей формулировкой: «Подразумевается ли в рассматриваемой рекламе использование бранного слова?».

Один из членов Экспертного совета выразил особое мнение о том, что измененная форма вопроса не соответствует действующему законодательству.

На голосование были поставлены следующие вопросы:

1. Использовано ли в рекламе бранное слово?

2. Подразумевается ли использование бранного слова (х..ня) в данной рекламе?

3. Допустимо ли, по Вашему мнению, в соответствии с действующими нормами морали и нравственности использование в рекламе выражения в данном виде?

По результатам голосования члены Экспертного Совета решили, что в указанной рекламе непосредственно не использовано бранное слово (6 голосов из 10), при этом в данной рекламе подразумевается использование бранного слова (7 голосов из 10); в соответствии с действующими нормами морали и нравственности использование в рекламе выражения в данном виде не допустимо (6 голосов из 10).

К материалам дела № 034/05/5-39/2020 приобщен протокол указанного заседания экспертного совета.

На заседании Комиссии 16.03.2020 представитель ИП К. Р.Р. и ООО «Колба» дополнительно отметила, что ООО «Колба» производило служебную переписку с представителем радио «Energy», которая пояснила, что в данной рекламе отчетливо слышится слово «фигня». Данное слово, по мнению специалиста радио, не является бранным, но так как его использовать в открытом виде некрасиво, поэтому было решено применить односигнальный звук «пи».

Также было отмечено, что «запикивание» слова было сделано по инициативе рекламопроизводителя ИП Медведева А.М., соответственно, им и должна нестись ответственность за распространение данной рекламы.

Кроме того, было отмечено, что рассматриваемый вариант рекламы (с применением односигнального звука «пи») распространялся и на территории других субъектов России, помимо Волгоградской области.

**Комиссия Волгоградского УФАС России, изучив материалы дела, а также оценив устные и письменные пояснения лиц, участвующих в деле, установила следующее.**

Рассматриваемая информация, размещенная на радио, является рекламой, т.к.:

- адресована неопределенному кругу лиц;
- распространяется посредством размещения в радиопрограмме;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке.

Объектом рекламирования выступает сам магазин самогонных аппаратов «Колба», а также его ассортимент.

Согласно ч. 6 ст.5 Закона о рекламе в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

Согласно ч. 6 ст.5 Закона о рекламе в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

Согласно позиции ФАС России, изложенной в письме от 29.04.2013 АД/17355/13 «О порядке применения части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе» (далее- письмо ФАС

России), к бранным словам относятся нецензурные слова, а также к таким словам, могут быть отнесены слова и выражения, которые используются в качестве ругательств или оскорбления.

Рассматриваемая реклама содержит фразу «акция в «Колбе» не \*\*\*ня», которая может быть истолкована как ругательство с недоговоренным бранным словом. Отсутствие слова (применение односигнального звука «пи») дополнительно указывает на намеренное его сокрытие как недопустимое с публичному использованию в частности на радио, а также в целях привлечения внимания потребителей.

В соответствии с ч. 6 ст. 1 Федерального закона от 01.06.2005 № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации» при использовании русского языка как государственного языка Российской Федерации не допускается использования слов и выражений, не соответствующих нормам современного русского литературного языка (в том числе нецензурной брани), за исключением иностранных слов, не имеющих общеупотребительных аналогов в русском языке.

Кроме того, согласно вышеуказанного письма ФАС России при решении вопроса о соответствии той или иной рекламной информации требованиям части 6 статьи 5 Закона о рекламе такую информацию следует оценивать в совокупности с обстоятельствами ее размещения (например, место расположения рекламной конструкции с учетом близости к учреждениям культуры, объектам культуры, кладбищам и т.п.).

Реклама магазина самогонных аппаратов «Колба» транслировалась на радиоканале, эфир которого доступен для прослушивания широкому кругу потребителей, в том числе детей.

При прослушивании указанной рекламы отчетливо слышим односигнальный звук «пи», который отчетливо выделяется на фоне остальных букв и словосочетаний, используемых в тексте рекламы. Данный звук – это звук цензуры и используется он именно для «запикивания» мата.

Комиссия, несколько раз прослушав запись, отмечает, что слова «фигня», на которое указывает ООО «Колба», либо отчетливого глухого звука «ф» перед рассматриваемой рекламе не слышно.

Согласно Большому толковому словарю русского языка С.А. Кузнецова слово «фигня» имеет значение чего-либо не заслуживающего внимания, доверия (Большой толковый словарь русского языка. - 1-е изд-е: СПб.: Норинт С. А. Кузнецов. 1998, <http://endic.ru/kuzhecov/Fignja-76664.html>)

В словарях бранных слов, русского мата указанное слово отсутствует.

Комиссия отмечает, что само по себе слово «фигня», изначально, якобы, подразумеваемое рекламодателем, не является бранным, поэтому у рекламодателя не имелось разумных оснований для его «запикивания».

Однако использование «маскировки» вполне допустимого к употреблению в русском языке слова «фигня» создает впечатление применения в рекламе именно бранного слова («х..ня»).



Внимание потребителя акцентируется на указанном односигнальном звуке «пи». Рассматриваемая реклама транслировалась по радио и у потребителя отсутствовала возможность вновь самостоятельно прослушать данную рекламу (перемотать, возобновить трансляцию рекламы) до ее следующей трансляции по радио.

Реклама исходя из понятия, указанного в Законе о рекламе, а также из ее целей, имеет целью привлечение внимания потребителя. Однако такой способ привлечения внимания потребителей, как использование бранных нецензурных слов, либо оборотов речи, где подразумевается их использование в завуалированном/прикрытом виде является недопустимым с точки зрения норм морали и нравственности.

В рассматриваемом случае ввиду отсутствия прямого употребления бранного слова, необходимо исходить из общего восприятия данной рекламы потребителем.

С целью оценки возможного восприятия потребителями реклама была представлена на оценку Экспертному совету по применению рекламного законодательства при Волгоградском УФАС России.

Согласно Положению об Экспертном совете по применению законодательства о рекламе при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области, утвержденному приказом Волгоградского УФАС России № 64 от 17.05.2017г (с изменениями внесенными приказами № 142 от 19.09.2017г., № 100 от 26.07.2018, № 136 от 10.09.2019) Экспертный совет является консультативно-совещательным органом при Волгоградском УФАС России). Его решения имеют рекомендательный характер и учитываются Управлением при принятии решений о соответствии рекламы требованиям законодательства Российской Федерации. Решения принимаются большинством голосов.

Члены Экспертного совета на заседании 17.02.2020 решили, что в рассматриваемой рекламе прямо не использовано бранное слово, однако оно подразумевается; в соответствии с действующими нормами морали и нравственности использование в рекламе такого слова не допустимо.

Как отмечает ФАС России в ранее указанном письме, возможна ситуация, когда одна и та же реклама оценивается неоднозначно с точки зрения ее этичности различными категориями населения. При этом, по мнению ФАС России, для признания рекламы неэтичной не требуется получение единогласного мнения или мнения абсолютного большинства потребителей рекламы, достаточно установить наличие значимого количества людей, воспринимающих рекламу как неэтичную.

Комиссия не соглашается с доводом ООО «Колба» о виновности рекламопроизводителя ИП М. А.М. в распространении рекламы с применения односигнального звука «пи», так как именно по его инициативе, якобы, была произведена замена слова «фигня» на «...ня» с применением звука цензуры, в виду следующего.

В соответствии с п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводителем признается лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Согласно ч. 8 ст. 38 Закона о рекламе рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6 и 7 статьи 38 Закона о рекламе, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В рассматриваемом случае, исходя из пояснений лиц, участвующих в деле, ООО «Колба» как рекламодателем, определяющем содержание рекламы, было согласовано с ИП М. А.М. использование односигнального звука «пи» в указанной рекламе, реклама была принята без разногласий и размещена для использования лицензиатами.

Таким образом, в данном случае вина ИП М. А.М. в применении указанного приема в целях скрыть бранное слово отсутствует.

В связи с вышеизложенным, с учетом восприятия рассматриваемой в деле рекламы потребителями, а также с учетом мнения членов Экспертного совета по рекламе, Комиссия приходит к выводу, что рассматриваемая в деле реклама нарушает требования ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе за нарушения требований, установленных ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе ответственность несет рекламодатель.

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п. 5 ст. 3 Закона о рекламе).

В рассматриваемом случае рекламодателем с учетом представленной ИП К.Р.Р. информации выступило ООО «Колба» (ОГРН: 1175658013244, Дата присвоения ОГРН: 21.06.2017, ИНН: 5609186368, адрес: 460052 Оренбургская область, г. Оренбург, микрорайон 70 лет ВЛКСМ, д. 16/1, пом. 1.2).

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закон о рекламе и в соответствии с п. 37-43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия Волгоградского УФАС России

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать рекламу магазина самогонных аппаратов «Колба» следующего содержания: «Черная пятница лишь три дня, акция в «Колбе» не \*\*\*ня Автоклав, пивоварня, аппарат, все покупай без лишних трат. Черная пятница по всех магазинах самогонных аппаратов «Колба». Реальные скидки до 50 %. Только с 27 по 29 ноября в городе Волгоград на Жукова, 94 ТЦ «Аура», в городе Волжский на улице Мира 75, Торговый центр «Фламинго» (\*\*\*) звучит как односигнальный звук «пи»), распространяемую на территории России, в том числе на территории Волгоградской и Оренбургской области, в период с 15.11.2019 по 29.11.2019, ненадлежащей нарушающей требования ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе.

2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для принятия

решения о возбуждении административного производства по ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ООО «Колба» (ОГРН: 1175658013244, Дата присвоения ОГРН: 21.06.2017, ИНН: 5609186368, адрес: 460052 Оренбургская область, г. Оренбург, микрорайон 70 лет ВЛКСМ, д. 16/1, пом. 1.2).

Решение может быть обжаловано в Арбитражный суд Волгоградской области в течение трех месяцев со дня вынесения решения в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.