



Управление Федеральной антимонопольной службы

по Республике Коми

Определение

О ПРЕКРАЩЕНИИ ПРОИЗВОДСТВА ПО ДЕЛУ № Р 02-01/17

06 апреля 2017 года

№ 03-01/3171

Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Коми УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

<...>,

рассмотрев дело № Р 02-01/17, возбужденное в отношении ИП <...> по факту распространения в сообществе «Типичная Печора» в социальной сети «ВКонтакте» рекламы заведения общественного питания «I LOVE SUSHI», с признаками нарушения требований п. 1 ч. 3 ст. 5, п. 3 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

в отсутствие:

- заявителя (надлежащим образом извещенного о месте и времени рассмотрения настоящего дела, соответствующие доказательства в материалах дела имеются),

- ИП <...> (надлежащим образом извещенного о месте и времени рассмотрения настоящего дела, соответствующие доказательства в материалах дела имеются) письмом (вх. № 1153э от 05.04.2017) просившего о рассмотрении дела № Р 02-01/17 в его отсутствие,

УСТАНОВИЛА:

В Коми УФАС России поступило заявление гражданина о фактах нарушения законодательства РФ о рекламе, в котором указано, что в социальной сети «ВКонтакте» в сообществе «Типичная Печора» 15.10.2016 в 14.34 размещена реклама заведения общественного питания «I LOVE SUSHI», в которой содержится такая сравнительная характеристика продукции, как «Лучший», что, по мнению заявителя, недопустимо в силу положений п. 1 ч. 3 ст. 3 Закона о рекламе.

Кроме того, отмечает заявитель, в рекламе предприятие общественного питания «I LOVE SUSHI» поименовано как ресторан (ресторан вкусной кухни), что не соответствует действительности.

По результатам рассмотрения указанного заявления принято решение о возбуждении дела № Р 02-01/17 в отношении ИП <...> по признакам нарушения п. 1 ч. 3 ст. 5, п. 3 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, о чем вынесено соответствующее Определение № 03-01/222 от 16.01.2017.

Из материалов рекламного дела № Р 02-01/17 установлено нижеследующее.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе, реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе под объектом рекламирования понимается товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

По смыслу пункта 3 статьи 3 Закона о рекламе товаром признается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В соответствии с пунктом 3 части 2 статьи 2 Закона о рекламе настоящий Федеральный 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.

Согласно разъяснениям ФАС России, изложенным в письме от 28.08.2015 № АК/45828/15, в письме от 06.04.2011 № АК/12488, а также в письме от 25.01.2017 № АК/3830/17, не является рекламой информация о производимых или реализуемых товарах, размещенная на сайте производителя или продавца данных товаров или на страницах в социальных сетях в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» производителя или продавца данных товаров, если указанные сведения предназначены для информирования посетителей сайта или станицы в социальной сети о реализуемых товарах, ассортименте, условиях их

приобретения, ценах и скидках, правилах пользования, а также непосредственно о продавце, производителе товара или лице, оказывающему услуги и т.п., следовательно, на такую информацию положения Закона о рекламе не распространяются.

В п. 15 Информационного письма Высшего Арбитражного суда РФ от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» разъяснено, что вопрос о наличии в информации признаков рекламы решается с учетом конкретных обстоятельств дела.

Поскольку, в рассматриваемом случае, с учетом, в том числе обстоятельств размещения спорной информации, у Коми УФАС России имелись сомнения в квалификации её как рекламы, антимонопольное управление обратилось в ФАС России за соответствующими разъяснениями.

Из содержания письма ФАС России № АК/3830/17 «Об информации, размещенной на сайте в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет по адресу: <http://vk.com/>» следует, что спорная информация, размещенная в социальной сети «ВКонтакте» (<http://vk.com/>) в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», рекламой не является, соответственно, требования Закона о рекламе на неё не распространяются.

В силу положений, установленных ч. 1 ст. 15 Конституции РФ, Конституция Российской Федерации имеет высшую юридическую силу, прямое действие и применяется на всей территории Российской Федерации.

Из положений ч. 3 ст. 49 Конституции РФ следует, что неустранимые сомнения в виновности лица толкуются в пользу этого лица.

Таким образом, применительно к рассматриваемому случаю, однозначно квалифицировать спорную информацию как рекламу не представляется возможным.

При таких обстоятельствах, достаточных оснований полагать, что рассматриваемая информация размещена в нарушение требований п. 1 ч. 3 ст. 5, п. 3 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, у Комиссии не имеется.

В соответствии с п. 3.56 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12 (далее - Регламент), Комиссия принимает решение о прекращении рассмотрения дела, если в процессе рассмотрения дела будет установлено, в том числе отсутствие фактов нарушения законодательства о рекламе.

На основании вышеизложенного, руководствуясь подп. а) п. 36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, п.п. 3.56, 3.57 Регламента, Комиссия

ОПРЕДЕЛИЛА:

Производство по делу № Р 02-01/17 в отношении <...> прекратить.

Председатель Комиссии _____ <...>

Члены Комиссии _____ <...>

_____ <...>