

Решение

Общество с ограниченной ответственностью «Коми ФМ»

167000, Республика Коми, г. Сыктывкар, Интернациональная улица,
дом 119, офис 312

Общество с ограниченной ответственностью «Единый центр
рекламы»

Интернациональная ул., д. 119, г. Сыктывкар, 167000

Кирьянова Лариса Серафимовна

(по адресу)

Р

Е

Ш

26 мая 2023 года

(изготовление решения в полном объеме)

12 мая 2023 года

(оглашение резолютивной части)

г. Сыктывкар

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

председатель Комиссии – Куликова П.Н. – заместитель руководителя управления - начальник отдела защиты конкуренции и контроля рекламы Управления;

члены Комиссии: Гельман А.С. – заместитель начальника отдела защиты конкуренции и контроля рекламы Управления; Добычин Г.С. – ведущий специалист-эксперт отдела защиты конкуренции и контроля рекламы

Управления;

рассмотрев дело № 011/05/19-120/2023, возбужденное в отношении общества с ограниченной ответственностью «Коми ФМ» (ОГРН: 1131101007840, ИНН 1101145597, место нахождения: 167000, Республика Коми, г. Сыктывкар, Интернациональная улица, дом 119, офис 312 (далее – ООО «Коми ФМ») по факту размещения на рекламной конструкции, расположенной в районе дома № 18 в г. Сыктывкар, ул. Коммунистическая, со стороны ул. Интернациональной, информации следующего содержания: «Леночка, ты лучшая! Я тебя люблю! Прости меня! Реклама и любовь всегда рядом, это рекламное место может быть вашим. Единый центр рекламы 46-96-08», с признаками нарушения требований ч. 2 ст. 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в отсутствие заявителя – Кирьяновой Л.С., ООО «ЕЦР», надлежащим образом извещенных о дате, времени и месте рассмотрения дела, в присутствии Григорьева В.В. - представителя ООО «Коми ФМ» по доверенности,

УСТАНОВИЛА:

В Коми УФАС России поступило заявление Кирьяновой Ларисы Серафимовны от 18.01.2023 (вх. № 227э от 18.01.2023), касающееся законности размещения на рекламной конструкции, расположенной в г. Сыктывкаре в районе дома № 18 по ул. Коммунистической, со стороны ул. Интернациональной, информации следующего содержания: «Леночка, ты лучшая! Я тебя люблю! Прости меня! Реклама и любовь всегда рядом, это рекламное место может быть вашим. Единый центр рекламы 46-96-08» (далее – рекламная конструкция).

По результатам рассмотрения указанного заявления принято решение о возбуждении дела № 011/05/19-120/2023 в отношении ООО «Коми ФМ» по признакам нарушения ч. 2 ст. 19 Закона о рекламе, о чем вынесено соответствующее определение № 02-19/1081 от 14.02.2023.

Определением № 02-19/1639 от 10.03.2023 срок рассмотрения дела № 011/05/19-120/2023 продлен, рассмотрение дела отложено, к участию в рассмотрении дела в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечено общество с ограниченной ответственностью «Единый центр рекламы» (ОГРН: 1221100005345, ИНН 1101175633, юридический адрес: 167000, Республика Коми, г. Сыктывкар, Интернациональная улица, дом 119) (далее – ООО «ЕЦР»).

В результате рассмотрения материалов заявления и материалов дела

№ 011/05/19-120/2023 (далее – рекламное дело) установлено нижеследующее.

В соответствии с частью 1 статьи 19 Закона о рекламе распространение наружной рекламы с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, проекционного и иного предназначенного для проекции рекламы на любые поверхности оборудования, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее - рекламные конструкции), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта осуществляется владельцем рекламной конструкции, являющимся рекламодателем, с соблюдением требований настоящей статьи.

Согласно части 2 статьи 19 Закона о рекламе рекламная конструкция должна использоваться исключительно в целях распространения рекламы, социальной рекламы.

В соответствии с частью 5 статьи 19 Закона о рекламе установка и эксплуатация рекламной конструкции осуществляются ее владельцем по договору с собственником земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, либо с лицом, уполномоченным собственником такого имущества, в том числе с арендатором. В случае, если для установки и эксплуатации рекламной конструкции предполагается использовать общее имущество собственников помещений в многоквартирном доме, заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции возможно только при наличии согласия собственников помещений в многоквартирном доме, полученного в порядке, установленном [Жилищным кодексом](#) Российской Федерации. Заключение такого договора осуществляется лицом, уполномоченным на его заключение общим собранием собственников помещений в многоквартирном доме. По окончании срока действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции обязательства сторон по договору прекращаются. Субъекты Российской Федерации устанавливают предельные сроки, на которые могут заключаться договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, в зависимости от типов и видов рекламных конструкций и применяемых технологий демонстрации рекламы, но не менее чем на пять лет и не более чем на десять лет. Конкретные сроки договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в государственной или муниципальной собственности, либо на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена, устанавливаются соответственно органом исполнительной власти, органом местного самоуправления муниципального района, органом местного самоуправления муниципального округа или органом местного самоуправления городского округа в зависимости от типа

и вида рекламной конструкции, применяемых технологий демонстрации рекламы в границах соответствующих предельных сроков. Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции осуществляется в соответствии с нормами настоящего Федерального закона и гражданского законодательства.

Частью 9 статьи 19 Закона о рекламе установлено, что установка и эксплуатация рекламной конструкции допускаются при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее также - разрешение), выдаваемого на основании заявления собственника или иного указанного в [частях 5, 6, 7](#) настоящей статьи законного владельца соответствующего недвижимого имущества либо владельца рекламной конструкции органом местного самоуправления муниципального района, органом местного самоуправления муниципального округа или органом местного самоуправления городского округа, на территориях которых предполагается осуществлять установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Таким образом, согласно положениям статьи 19 Закона о рекламе размещение на рекламной конструкции иной информации, не подпадающей под понятие рекламы и социальной рекламы, является нарушением установленного порядка использования рекламной конструкции.

К заявлению приложено фото рекламной конструкции, на которой размещена информация следующего содержания: «Леночка, ты лучшая! Я тебя люблю! Прости меня! Реклама и любовь всегда рядом, это рекламное место может быть вашим. Единый центр рекламы 46-96-08». Заявитель просила провести проверку фактов нарушения законодательства о рекламе в части размещения на рекламной конструкции информации, не являющейся рекламой, а также привлечь виновных лиц к административной ответственности.

Коми УФАС России 23.01.2023 проведен осмотр рекламной конструкции с фотофиксацией размещенной на ней информации, о чем составлен соответствующий акт, которым подтверждается размещение данной информации на рекламной конструкции.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных, в том числе, частью 2 статьи 19 Закона о рекламе.

Согласно материалам рекламного дела владельцем рекламной конструкции является общество с ограниченной ответственностью «Коми ФМ» (ОГРН: 1131101007840, ИНН 1101145597, место нахождения: 167000, Республика Коми, г. Сыктывкар, Интернациональная улица, дом 119, офис 312). ООО «Коми ФМ» на установку и эксплуатацию рекламной конструкции администрацией МО ГО «Сыктывкар» выдано разрешение № 276 от 08.07.2016.

Срок действия указанного разрешения - с 10.09.2015 по 10.09.2026. Разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции выдано на основании договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на участке земель общего пользования муниципального образования городского округа «Сыктывкар» № 46/15-Р от 10.09.2015.

Как следует из письменных пояснений ООО «Коми ФМ», представленных в материалы рекламного дела, оспариваемая информация была размещена по заказу ООО «ЕЦР», период размещения информации: с 19 декабря 2022 года по 06 февраля 2023 года.

Как следует из материалов рекламного дела, между ООО «ЕЦР» и ООО «Коми ФМ» заключен договор оказания рекламно-информационных услуг от 19.12.2022 (далее – Договор).

В соответствии с пунктом 1.1 Договора ООО «Коми ФМ» (исполнитель) обязуется в течение срока действия настоящего договора оказывать ООО «ЕЦР» (заказчик) услуги по размещению рекламно-информационных материалов заказчика на уличных рекламно-информационных конструкциях и иные услуги, отраженные в приложении(ях) к настоящему договору.

Согласно пункту 1.2 Договора место расположения, формат и стороны, на которых размещаются рекламно-информационные материалы заказчика, период размещения, а также стоимость услуг исполнителя по договору определяются сторонами Приложением № 1 и последующими Приложениями, являющимися неотъемлемой частью настоящего договора.

В соответствии с пунктом 2.2.1 Договора исполнитель обязуется в течение 4 (четырёх) календарных дней с момента согласованного срока размещения и предоставления рекламно-информационных материалов заказчика разместить на рекламно-информационных конструкциях в соответствии с условиями настоящего договора.

Пунктом 4.1 Договора установлено, что настоящий договор вступает в силу со дня его подписания сторонами и действует до момента полного исполнения сторонами своих обязательств по нему.

Из содержания Приложения № 1 к Договору установлено следующее: место расположения: ул. Интернациональная, 126, (маг. Детский мир), сторона б; период размещения: с 19.12.-06.02.2023; общая стоимость – бесплатно.

ООО «Коми ФМ» указывает, что ООО «ЕЦР» был представлен разработанный макет, который был утвержден юридической службой и признан возможным к размещению на рекламных конструкциях коммерческим директором ООО «Коми ФМ».

Согласно письменным пояснениям ООО «ЕЦР», представленным в ходе

рассмотрения рекламного дела, оспариваемая информация распространялась ООО «Коми ФМ». Содержание информации было определено генеральным директором ООО «ЕЦР».

Генеральный директор вдохновился имиджевой рекламой крупных компаний, разработал эскиз макета, согласовал возможность размещения рассматриваемой информации с коммерческим директором ООО «Коми ФМ», впоследствии макет был распечатан и смонтирован силами ООО «Коми ФМ» на рекламную конструкцию.

Таким образом, из материалов рекламного дела следует, что рекламодателем в рассматриваемом случае является ООО «Коми ФМ».

ООО «Коми ФМ» и ООО «ЕЦР» в пояснениях указывают, что рассматриваемая информация содержит все предусмотренные статьей 3 Закона о рекламе признаки рекламы: информация размещена на рекламной конструкции, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к средству индивидуализации юридического лица, таким образом, оспариваемая информация является имиджевой рекламой ООО «ЕЦР», которое согласно выписке из Единого государственного реестра юридических лиц осуществляет деятельность рекламных агентств (ОКВЭД №73.11) и предлагает место для размещения рекламы, что говорит о привлечении внимания и продвижении на рынке компании ООО «ЕЦР».

ООО «Коми ФМ» и ООО «ЕЦР» ссылаются на то, что в рассматриваемой информации присутствует стилизованный логотип ООО «ЕЦР», а также номер телефона, по которым можно узнать об услугах по размещению рекламы заинтересованным лицам и выбрать способ размещения рекламы. ООО «ЕЦР» указало, что оспариваемая информация является исключительно рекламой ООО «ЕЦР», по своему стилю она схожа на следующее: «Серёга носит спортивки, а я хожу в шортах. Спортмастер эти шорты и спортивки могут быть у тебя», «Ты не ты, когда голоден! Сникерс».

Комиссией указанный довод не принимается в связи с тем, что в материалы рекламного дела указанные рекламы не были представлены в том виде в котором они были размещены. В связи с чем, невозможно провести анализ полного содержания указанных реклам с учетом, в том числе места их расположения, шрифта и размера и т.д. При этом оценка содержания информации на предмет отнесения её к рекламе производится в каждом конкретном случае с учетом всех обстоятельств её размещения.

Также ООО «ЕЦР» представлен ответ ООО «Центр правовой защиты» № 7-03 от 22.03.2023 по результатам рассмотрения обращения ООО «ЕЦР», в соответствии с которым рассматриваемая информация признана рекламой.

Как следует из ответа ООО «Центр правовой защиты», Обществом был проведен опрос 28 жителей г. Сыктывкара, которым был продемонстрирован

макет с информацией и были заданы следующие вопросы:

- является ли представленный макет рекламой?

- Знаете ли Вы о существовании ЕЦР до момента знакомства с представленным макетом?

По результатам опроса на первый вопрос 96% опрошиваемых лиц указали, что это реклама ЕЦР, 4% затруднились ответить. На второй вопрос 75% указали, что слышали и (или) видели логотип ЕЦР, 25 % впервые его увидели.

В письменных пояснениях ООО «ЕЦР» в обоснование своей позиции ссылается на ответ ООО «ЦПЗ». Однако Комиссия считает выводы, содержащиеся в письме ООО «ЦПЗ», несостоятельными, поскольку:

- как видно из письма, оценка давалась «макету рекламы» без учета места размещения указанной информации (на рекламной конструкции, около дороги и пешеходной зоны), т.е. не учтены особенности восприятия информации потребителями;

- не учтены фактические размеры рекламной конструкции, на которой размещена информация, что может повлиять на восприятие информации.

Коми УФАС России в целях полного, всестороннего и объективного рассмотрения материалов рекламного дела направило письма в адрес руководителей Администраций муниципальных образований Республики Коми, а также в адрес Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Сыктывкарский государственный университет имени Питирима Сорокина» об оказании содействия в части проведения социологического опроса среди населения муниципальных образований, студентов Института гуманитарных наук, обучающихся по профилю «Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью» по вопросу отнесения (не отнесения) рассматриваемой информации к рекламе, в том числе посредством проведения опроса в письменной форме. Были заданы следующие вопросы:

- является ли рассматриваемая информация, изображенная на фотографии, рекламой?

- в случае если рассматриваемая информация не является рекламой, укажите почему.

- в случае если рассматриваемая информация является рекламой, укажите, что конкретно рекламируется?

Какая из фраз привлекает Ваше внимание:

1) «Леночка, ты лучшая! Я тебя люблю! Прости меня!»;

2) «Реклама и любовь всегда рядом, это рекламное место может быть вашим. Единый центр рекламы 46-96-08»;

3) иное

По результатам анализа представленных опросных листов установлено, что в опросе приняли участие 197 человек. По результатам опроса установлено, что 66.5% респондентов указали, что информация, представленная им на обозрение, не является рекламой. Большинство респондентов, указавших, что информация не является рекламой, посчитали, что информация, размещенная на рекламной конструкции, является выражением чувств, в том числе признанием в любви. Фраза: «Леночка, ты лучшая! Я тебя люблю! Прости меня!» является первой, на которую обращают внимание большинство респондентов.

Также имеет место мнение эксперта Саморегулируемой организации Ассоциации маркетинговой индустрии «Рекламный совет», что спорный материал не является рекламой, так как содержит выполненное контрастным крупным шрифтом личное сообщение.

Эксперт указал, что информация об ООО "ЕЦР" передана менее контрастными и значительно уступающими по размеру шрифтами. Таким образом, внимание получателя сообщения привлекается не к этой информации, а к обращению к Леночке. Очевидно, что лицо, инициировавшее размещение рассматриваемых сообщений, осознавало данный эффект и стремилось его достичь. Следовательно, ООО "ЕЦР" не является и не рассматривался инициатором размещения как объект рекламирования, то есть товар, услуга и т.д., к которым привлекается внимание. В соответствии с п. 5.10 ГОСТ Р 52044-2003 "средство наружной рекламы должно иметь маркировку с указанием рекламодателя и номера его телефона. Маркировка должна быть размещена под информационным полем. Размер текста должен позволять его прочтение с ближайшей полосы движения транспортных средств". Ниже рекламного щита, на опоре конструкции, необходимых сведений не содержится. Следовательно, информацию об ООО "ЕЦР" следует рассматривать как выполнение указанных требований, а место их приведения на щите как находящееся ниже информационного поля. Таким образом, логотип "Единый центр рекламы", размещенная на одном уровне с ним надпись "Реклама и любовь всегда рядом... Это рекламное место может быть вашим", номер телефона не относятся к личному сообщению, размещенному выше, представляют отдельный, самостоятельный блок.

В целях решения вопроса об отнесении (неотнесении) рассматриваемой информации к рекламе Коми УФАС России был сделан запрос в адрес ФАС России.

ФАС России по результатам рассмотрения запроса разъяснила следующее. По мнению ФАС России, на конструкции помимо выражения

«Леночка, ты лучшая» Я тебя люблю! Прости меня!...» также размещается выражение «Это рекламное место может быть Вашим. Единый центр рекламы 46-96-08», выполненное мелким текстом. Исходя из совокупности восприятия всей информации, размещенной на рекламной конструкции, информация с выражением «Леночка, ты лучшая! Я тебя люблю! Прости меня! Реклама и любовь всегда рядом, это рекламное место может быть вашим. Единый центр рекламы 46-96-08» визуально выделена (размер, шрифт) относительно иной информации о деятельности рекламного агентства, по смысловому наполнению не соотносится с названием рекламного агентства или его деятельностью, соответственно, по мнению специалистов ФАС России, указанная в обращении информация, размещенная на рекламной конструкции, не формирует интерес к объекту рекламирования и не может рассматриваться в качестве рекламы.

Изучив материалы рекламного дела, Комиссия Коми УФАС России приходит к следующим выводам.

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.

Таким образом, под рекламой понимается определенная неперсонифицированная информация, направленная на продвижение определенного объекта рекламирования.

В силу пункта 2 статьи 3 Закона о рекламе объект рекламирования – 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.

Согласно пункту 3 статьи 3 Закона о рекламе товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Для того чтобы информация могла быть признана рекламой, она должна быть направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Пунктом 11 статьи 3 Закона о рекламе установлено, что социальная реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно

полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

Из содержания информации, размещенной на рекламной конструкции, не следует, что она направлена на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, обеспечение интересов государства.

Таким образом, рассматриваемая информация не является социальной рекламой.

Из диспозиции статьи 3 Закона о рекламе следует, что основной целью рекламы является продвижение товара на рынке путем привлечения внимания непосредственно к объекту рекламирования.

Реклама должна формировать или поддерживать интерес к объектам рекламирования. Чтобы информация могла считаться рекламой, она должна целенаправленно представить вниманию потребителей объект рекламы. Реклама призвана быть убеждающей по своему характеру, с тем, чтобы привлечь новых приверженцев к товару, юридическому или физическому лицу, идее, начинанию, сформировать положительное представление о них. Достигается это за счет броских, ярких, оригинальных, неожиданных приемов, а также многократной повторяемости. Признаком рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, формирования к нему положительного отношения и закрепления его образа в памяти потребителя. Под рекламой понимаются сведения, распространяемые исключительно для формирования и поддержания интереса к юридическому или физическому лицу, его товарам, идеям и начинаниям.

Рекламой считается информация, которая призвана способствовать реализации товаров, идей и начинаний. Реклама должна влиять на мотивацию потребителя при выборе товара и побуждать его совершить определенные действия в отношении объекта рекламирования, Вступить в конкретные правоотношения купли-продажи по поводу рекламируемой продукции. Такая способность является отличительной чертой рекламы.

Информация, которая удовлетворяет совокупность перечисленных признаков, является рекламой.

Пунктом 28 Постановление Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе"» разъяснено, что если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре.

При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Исходя из вышеизложенного, информация, содержащаяся на рекламной конструкции, должна быть оценена с точки зрения обычного потребителя, при этом следует учитывать особенности размещения рекламной конструкции, размеры, цветовую гамму, размеры шрифта и т.д.

Как видно из фотографий цвет шрифта, которым выполнена надпись в нижней части рекламной конструкции, сливается с фоном, на котором размещена информация, в связи с чем, надпись «Реклама и любовь всегда рядом, это рекламное место может быть вашим. Единый центр рекламы 46-96-08» является трудночитаемой для потребителей, учитывая размер рекламной конструкции.

Соотношение размеров текста «Леночка, ты лучшая! Я тебя люблю! Прости меня!» и текста «Реклама и любовь всегда рядом, это рекламное место может быть вашим. Единый центр рекламы 46-96-08» также указывает на то, что основное внимание потребителей направлено именно на первый текст. При этом текст, занимающий основную (большую) часть пространства рекламной конструкции («Леночка, ты лучшая! Я тебя люблю! Прости меня!»), не имеет никакого отношения к ООО «ЕЦР», в том числе к оказываемым им услугам, поэтому не вызывает ассоциаций с ООО «ЕЦР». Логотип ООО «ЕЦР», номер телефона, информация об услугах, оказываемых ООО «ЕЦР», учитывая их цвет, расположение на рекламной конструкции, сливаются с фоном, на котором размещена информация, в том числе при обозрении рекламного места с расстояния, а также при движении потребителей, в том числе на транспортных средствах.

Между тем, цель рекламы, в том числе рекламного места - привлечь внимание потребителя к объекту рекламирования; реклама должна быть понятна и направлена непосредственно для потребителя. ООО «Коми ФМ», являясь профессионалом на рынке рекламных услуг, не может не знать об этом. В рассматриваемом случае основное внимание потребителя привлекает текст, не относящийся к ООО «ЕЦР», в том числе к оказываемым им услугам. Напротив, информация о ООО «ЕЦР» выполнена мелким, трудночитаемым и малозаметным шрифтом. При этом крупным текстом доводится не объект рекламирования – ООО «ЕЦР», как указывает ООО «Коми ФМ», а надпись «Леночка, ты лучшая! Я тебя люблю! Прости меня!», которая никак не связана и не ассоциируется с ООО «ЕЦР» и услугами, оказываемыми им.

В связи с чем, у потребителей может формироваться впечатление о возможности размещения на рекламной конструкции информации подобной: «Леночка, ты лучшая! Я тебя люблю! Прости меня!», что противоречит законодательству о рекламе.

В соответствии с пунктом 6.3 Положения о Федеральной

антимонопольной службе, утвержденного Постановлением Правительства РФ от 30.06.2004 N 331», в полномочия ФАС России входит в том числе давать юридическим и физическим лицам [разъяснения](#) по вопросам, отнесенным к компетенции Службы.

Как указывалось ранее, ФАС России по результатам рассмотрения запроса разъяснило, что рассматриваемая информация не является рекламой. При этом ФАС России правомочна давать официальные разъяснения, в том числе о применении Закона о рекламе.

Тот факт, что спорная информация не воспринимается в качестве рекламной, подтверждается, в том числе заявлением Кирьяновой Л.С. (потребителем рекламы), результатами опроса.

Ссылка ООО «Коми ФМ» на решение Арбитражного суда Республики Коми от 11.03.2019 по делу № А29-13525/2018 не принимается Комиссией Коми УФАС России, так как судом рассмотрен спор о признании размещенной информации в месте осуществления деятельности хозяйствующего субъекта вывеской или рекламой, что не является предметом рассмотрения настоящего рекламного дела и не соотносится с фактическими обстоятельствами настоящего дела.

Комиссия отклоняет довод ООО «Коми ФМ» и ООО «ЕЦР» о том, что размещенная на рекламной конструкции информация является имиджевой рекламой ООО «ЕЦР» ввиду следующего.

Из содержания размещенной на рекламной конструкции информации не следует, что она привлекает внимание к какому-либо объекту рекламирования, а именно: к товару, средствам индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовителю или продавцу товара, результатам интеллектуальной деятельности либо мероприятию; рассматриваемая информация не содержит указание на какой-либо объект рекламирования, в том числе товар, либо на конкретную организацию, рекламирующую какой-либо товар или услугу, позволяющие лицу приобрести такой товар или воспользоваться услугами, оказываемыми конкретной организацией, в том числе ООО «ЕЦР».

Учитывая изложенное, в рассматриваемой информации отсутствует объект рекламирования, на который направлено привлечение внимания потребителя, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Исходя из определения понятия социальной рекламы, ее отличительной особенностью является направленность на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

Из содержания информации, размещенной на рекламной конструкции,

не следует, что она направлена на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, обеспечение интересов государства.

Учитывая изложенное, рассматриваемая информация не является рекламой или социальной рекламой.

В связи с чем, размещение рассматриваемой информации на рекламной конструкции осуществлено в нарушение требований ч. 2 ст. 19 Закона о рекламе.

Из материалов рекламного дела усматривается, что рекламодатель - ООО «Коми ФМ», на которого в силу ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе возложена ответственность за нарушение требований, установленных ч. 2 ст. 19 Закона о рекламе, не предприняло достаточных мер для недопущения нарушения рекламного законодательства, по сути уклонилось от обязанности по контролю за соответствием распространяемой информации Закону о рекламе, что является исключительной зоной ответственности рекламодателя.

В соответствии с выпиской из ЕГРЮЛ, размещённой на официальном сайте ФНС России, предметами деятельности ООО «Коми ФМ» являются, в том числе прочие виды полиграфической деятельности; деятельность информационных агентств; деятельность рекламных агентств; деятельность по предоставлению прочих вспомогательных услуг для бизнеса, не включенная в другие группировки.

Из вышеизложенного следует, что рассматриваемая информация размещена и распространена ООО «Коми ФМ» с целью получения Обществом прибыли от экономической деятельности, что отвечает предмету предпринимательской деятельности.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение требований, установленных ч. 2 ст. 19 Закона о рекламе, произошло по вине рекламодателя рассматриваемой информации - ООО «Коми ФМ».

Таким образом, из материалов рекламного дела усматривается, что ООО «Коми ФМ» не предпринято должных мер, направленных на соблюдение требований законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении и размещении рассматриваемой информации, что и привело к нарушению.

Согласно письменным пояснениям ООО «Коми ФМ», представленным в материалы рекламного дела, должностным лицом, ответственным за контроль соблюдения Обществом законодательства о рекламе, является коммерческий директор ООО «Коми ФМ» Ануфриева Екатерина Николаевна (далее – Ануфриева Е.Н.). Письменные пояснения Ануфриевой Е.Н. представлены ООО «Коми ФМ» в материалы рекламного дела.

ООО «Коми ФМ» в материалы рекламного дела представлены также копия трудового договора № КФМ00004 от 11.02.2022, копия приказа № 01-лс от 11.02.2022, копия должностной инструкции коммерческого директора ООО «Коми ФМ» в соответствии с которой в обязанности коммерческого директора ООО «Коми ФМ» входит, в том числе предоставление заключения, посредством принятия решения о возможности (соответствия положениям действующего законодательства РФ, включая рекламного) размещения информации на рекламных конструкциях ООО «Коми ФМ».

Таким образом, из материалов рекламного дела следует, что должностным лицом, ответственным за соблюдение ООО «Коми ФМ» законодательства о рекламе в рассматриваемый период, являлась коммерческий директор ООО «Коми ФМ» Ануфриева Е.Н.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение рекламного законодательства произошло как по вине ООО «Коми ФМ», так и по вине должностного лица ООО «Коми ФМ» - Ануфриевой Е.Н.

Из материалов рекламного дела усматривается, что со стороны ООО «Коми ФМ», Ануфриевой Е.Н. должных мер по контролю за соответствием рассматриваемой информации требованиям Закона о рекламе не принято, что и привело к рассматриваемому нарушению.

Таким образом, ООО «Коми ФМ» и должностным лицом ООО «Коми ФМ» Ануфриевой Е.Н. нарушены требования ч. 2 ст. 19 Закона о рекламе.

Из материалов рекламного дела следует, что рассматриваемая информация размещалась на рекламной конструкции в период с 19 декабря 2022 года по 06 февраля 2023 года.

Комиссией установлено, что на дату вынесения решения факт распространения рассматриваемой информации не имеет места, что подтверждается актом осмотра от 11.05.2023.

В связи с чем, Комиссия сочла нецелесообразной выдачу ООО «Коми ФМ» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения рассматриваемой информации.

Из имеющихся материалов, не следует, что ООО «ЕЦР» является рекламодателем. Материалами рекламного дела вина ООО «ЕЦР» в нарушении рекламного законодательства при распространении рассматриваемой информации не установлена, не подтверждена.

Достаточных оснований полагать, что ООО «ЕЦР» нарушены требования ч. 2 ст. 19 Закона о рекламе, у Комиссии не имеется.

В связи с чем, производство по делу в отношении ООО «ЕЦР» подлежит

прекращению.

На основании изложенного, руководствуясь п. 2 ч. 1 ст. 33, п. 7 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-48, 54 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

Р Е Ш И Л А:

1. Признать размещение информации нерекламного характера на рекламной конструкции, расположенной в г. Сыктывкаре в районе дома № 18 по ул. Коммунистической, со стороны ул. Интернациональной, следующего содержания: «Леночка, ты лучшая! Я тебя люблю! Прости меня! Реклама и любовь всегда рядом, это рекламное место может быть вашим. Единый центр рекламы 46-96-08», нарушением требований п. 2 ст. 19 Закона о рекламе.

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ООО «Коми ФМ» не выдавать, поскольку распространение информации, указанной в п. 1 настоящего решения, прекращено.

3. Производство по делу № 011/05/19-120/2023 в отношении ООО «ЕЦР» (ОГРН: 1221100005345, ИНН 1101175633) прекратить.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ООО «Коми ФМ» (ОГРН: 1131101007840, ИНН 1101145597) дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

5. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении коммерческого директора ООО «Коми ФМ» Ануфриевой Е.Н. дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 26 мая 2023 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня принятия решения в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель
Комиссии

_____ П.Н. Куликова

Члены Комиссии

_____ А.С. Гельман

_____ Г.С. Добычин

2023-785