

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 028/05/21-14/2019

«16» мая 2019 г.

г. Благовещенск

Комиссия Амурского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: <...>, временно исполняющий обязанности руководителя Амурского УФАС России,

члены Комиссии: <...> главный специалист-эксперт отдела товарных рынков и рекламы, <...>, ведущий специалист-эксперт Амурского УФАС России,

рассмотрев дело № 028/05/21-14/2019 по признакам нарушения требований, установленных пунктом 8 части 2 статьи 21, частью 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», далее – Закон «О рекламе»,

в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

ООО «Планета – Медиа» (ОГРН: 1032800057795, дата присвоения ОГРН: 17.06.2003, ИНН: 2801090698, КПП: 280101001, адрес места нахождения: 675000, Амурская область, г. Благовещенск, ул. Комсомольская, 52),

в отсутствие:

заявителя: физического лица, уведомлено надлежащим образом,

УСТАНОВИЛА:

В Амурское УФАС России 21.03.2019 поступило обращение физического лица, перенаправленное Прокуратурой Благовещенского района (вх. № 955) о распространении рекламы алкогольной продукции на страницах электронного СМИ «АСН24.RU - Амурская служба новостей» по адресу в интернете: <https://asn24.ru/sova/check-in/v-blagoveshchensk-prishla-krymskaya-vesna/>.

18.04.2019 по данному факту Амурским УФАС России возбуждено дело № 028/05/21-14/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (требований, установленных пунктом 8 части 2 статьи 21, частью 3 статьи 21 Закона «О рекламе») в отношении ООО «Планета – Медиа» (ОГРН: 1032800057795, дата присвоения ОГРН: 17.06.2003, ИНН: 2801090698, КПП: 280101001, адрес места нахождения: 675000, Амурская область, г. Благовещенск, ул. Комсомольская, 52).

В ходе рассмотрения данного дела, исследовав его материалы, заслушав

участвующих в деле лиц, установлены следующие обстоятельства.

15.03.2019 в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на общедоступном сайте Амурской службы новостей «АСН24» (<https://asn24.ru/>) в разделе «SOVA» была распространена информация в рамках статьи под заголовком «Ароматные вина и ноу-хау от шеф-повара: в Благовещенск пришла «Крымская весна» (<https://asn24.ru/sova/check-in/v-blagoveshchensk-prishla-krymskaya-vesna/>), с текстом следующего содержания (часть статьи в отношении алкогольной продукции):

«Благовещенск в числе многих городов России поддерживает патриотический праздник. С 16 по 18 марта страна отметит пятилетие присоединения Крыма. В столице Приамурья торжественную дату отметят по-своему — гастрономическими открытиями. SOVA узнала, где в ближайшие выходные можно попробовать оригинальные блюда из крымских продуктов и настоящее вино из Севастополя.

В этом году в качестве общего тренда для торжеств задали не политический, а культурный фон: патриотическое настроение памятной даты приобретает новый формат. Фестиваль «Крымская весна» подарит населению выступления звёзд эстрады и спектакли уличных театров, литературные чтения и музейные прогулки. Амурская область выбрала ещё более оригинальное — и вкусное — направление. Жителей и гостей Благовещенска порадуют кулинарными изысками.

— Наши коллеги предложили нам присоединиться к фестивалю «Крымская весна» и мы, разумеется, согласились. Потому что это ведь действительно патриотический праздник. Это возвращение территории, присоединение нашего народа — как ещё это можно рассматривать? Разумеется, это важное событие. У кого-то из амурчан в Крыму живут родственники, и для них возвращение этой территории особенно важно. Мы с радостью поддержали эту идею, поэтому фестиваль «Крымская весна» проходит и в Амурской области тоже. По всей стране субъекты присоединяются к этому мероприятию (со слов заместителя министра экономического развития и внешних связей Амурской области Татьяны Величко)

### **Что пьём?**

Линейку недорогих, но очень вкусных вин жителям Благовещенска предлагают сети супермаркетов СТИК и Fresh Market. Уже сегодня в торговых точках этих брендов выставлена алкогольная продукция, доставленная напрямую из Крыма. Мы насчитали в магазинах 16 наименований виноградного напитка — от белого сухого до красного полусладкого.

Советуем обратить внимание на линейки «Крымский погребок» и Eupatoria. И не пугайтесь цен: они более чем демократичные, от 300 до 500 рублей за бутылку.

— Мы попросили торговые сети СТИК и Fresh Market добавить в ассортимент крымские вина. Рядовому потребителю не так-то просто привезти их сюда. Крымские вина очень вкусные, у них есть свои поклонники. Торговые сети откликнулись на нашу просьбу и выделили в алкогольных рядах полки под ассортимент этого напитка. Поэтому обыватели, желающие присоединиться к

фестивалю, могут побаловать себя таким образом, купив крымского вина. (со слов заместителя министра экономического развития и внешних связей Амурской области Татьяны Величко)

Ближайший супермаркет ищите на карте — мы отметили все торговые точки, которые участвуют в акции «Крымская весна» (отмечены торговые сети СТИК и Fresh Market)».

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона «О рекламе» рекламой является 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.

По смыслу законодательного определения рекламой считается та информация, которая, во-первых, была распространена, во-вторых, адресована неопределенному кругу лиц, в-третьих, направляет внимание и интерес на объект рекламирования, в-четвертых, имеет цель продвинуть объект рекламы на рынок.

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.

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

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 направлена на привлечение внимания, формирование и поддержание интереса к конкретной алкогольной продукции (винам, произведенным в Крыму, в частности линейки вин «Крымский погребок» и Evratoria) конкретных хозяйствующих субъектов (торговых сетей «СТИК» и «Fresh Market»). Указанная информация доводится до неопределенного круга лиц и выделяет вина, произведенные в Крыму, дает положительную оценку его потребительским свойствам и качеству, формируя и поддерживая определенный потребительский интерес, способствующий продвижению товара на рынке. Совокупность изложенной информации в полной мере акцентирует внимание потребителей на определенном товаре, а именно - винам, произведенным в Крыму, в частности винам линейки «Крымский погребок» и Evratoria. Указанная статья сопровождается пятью фотографиями с изображениями бутылок с вином.

Таким образом, Комиссия Амурского УФАС России приходит к объективному

выводу, что рассматриваемая информация направлена на привлечение внимания к винам, произведенным в Крыму, в частности к винам линейки «Крымский погребок» и Evpatoria.

Согласно пункту 2 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

В соответствии с пунктом 15 информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 N 37 "Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе", вопрос о наличии в информации признаков рекламы должен решаться с учетом конкретных обстоятельств дела.

Согласно пункту 16 информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25 декабря 1998 года N 37 "Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе", информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

В соответствии с пунктом 3 части 2 статьи 2 Закона «О рекламе», данный 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.

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 группе 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, в частности, если информирование читателя о состоянии определенного товарного рынка является специализированной целью средства массовой информации, 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.

В вышепоименованном информационном материале отсутствуют квалифицирующие признаки аналитической, обзорной или справочной информации.

Комиссией Амурского УФАС России установлено, что данная информация содержит средства индивидуализации рекламируемого товара (объекта рекламирования), указание на наименование товара, его положительные потребительские и качественные характеристики.

По своему содержанию и структуре такая информация преимущественно привлекает внимание потребителей к определенному товару в ущерб информации об иных участниках рынка, товарах, выделяет их на фоне остальных. Такая реклама направлена на продвижение на рынке конкретных, определенных товаров и не относится к справочно-информационным, аналитическим материалам, имеющим основной целью информационный обзор.

Информационные материалы (статьи, публикации и т.п.) о состоянии определенного товарного рынка, в которых внимание читателя преимущественно привлекается к какому-либо товару, содержат сведения, формирующие или поддерживающие интерес к данному товару, в ущерб информации об иных участниках рынка, товарах, и направленные на продвижение на рынке конкретного товара, могут рассматриваться в качестве рекламы этого товара. На такие материалы распространяются требования Закона «О рекламе».

В контексте рассматриваемой информации Комиссия считает важным отметить, что указанные материалы являются позитивными сведениями о рекламируемом товаре, не содержат анализа, сравнения и оценки рынка.

Резюмируя изложенное, распространенная статья под заголовком «Ароматные вина и ноу-хау от шеф-повара: в Благовещенск пришла «Крымская весна», исходя из способа распространения и содержания, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – алкогольной продукции (винам, произведенным в Крыму, в частности линейки вин «Крымский погребок» и Evratoria), реализуемой в двух торговых сетях «СТИК» и «Fresh Market», формирует и поддерживает интерес к ним и продвигает данные объекты рекламирования на рынке, следовательно, отвечает признакам рекламы в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.

Ненадлежащая реклама - недобросовестная, недостоверная, неэтичная, заведомо ложная и иная реклама, в которой допущены нарушения требований к ее содержанию, времени, месту и способу распространения, установленных законодательством Российской Федерации.

Согласно пункту 8 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

Таким образом, распространение рекламы алкогольной продукции на страницах электронного СМИ «АСН24.РУ — Амурская служба новостей» в сети Интернет по адресу <https://asn24.ru/sova/check-in/v-blagoveshchensk-prishla-krymskaya-vesna/> не соответствует требованиям пункта 8 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе». В тоже время Комиссия Амурского УФАС России пришла к выводу об отсутствии в указанной рекламе признаков нарушения части 3 статьи 21 Закона «О рекламе», ввиду ее полного запрета для размещения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

Учитывая вышеизложенное, реклама алкогольной продукции, размещенная на страницах электронного СМИ «АСН24.РУ — Амурская служба новостей» в сети Интернет по адресу <https://asn24.ru/sova/check-in/v-blagoveshchensk-prishla-krymskaya-vesna/> является ненадлежащей, нарушающей требования пункта 8 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе».

Сайт [asn24.ru](https://asn24.ru) зарегистрирован как средство массовой информации «АСН24.РУ — Амурская служба новостей» 7 мая 2015 года в форме распространения "Сетевое издание". ООО «Планета - Медиа» выдано свидетельство о регистрации СМИ ЭЛ № ФС 77-61638 от 07.05.2015 Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частями 2 - 5 статьи 21 указанного закона.

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона «О рекламе», рекламодателем, данной рекламы является ООО «Планета – Медиа» (ОГРН 1032800057795, ИНН 2801090698, адрес (место нахождения): 675000, Амурская область, г. Благовещенск, ул. Комсомольская, 52), лицо, осуществившее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно письменным (вх. № 1573 от 07.05.2019) и устным (на заседании Комиссии 16.05.2019) пояснениям представителей ООО «Планета – Медиа», публикация под названием «Ароматные вина и ноу-хау от шеф-повара: в Благовещенск пришла «Крымская весна» не является рекламой, носит справочно-информационный характер, не имеет целью продвигать какие-либо товары на рынке.

Представитель ООО «Планета – Медиа» <...> на вопрос Комиссии о том, имеет ли ООО «Планета – Медиа» результаты исследования рынка крымских вин на территории г. Благовещенска, ответить затруднилась, указала, что данная статья опубликована безвозмездно по просьбе Министерства экономического развития и внешних связей Амурской области в рамках патриотического праздника «Крымская весна». Представитель ООО «Планета – Медиа» <...> указала, что заместитель министра экономического развития и внешних связей Амурской области <...> приняла участие в интервью.

Представитель ООО «Планета – Медиа» <...> на заседании комиссии ходатайствовала о привлечении в качестве третьего лица Министерство экономического развития и внешних связей Амурской области. Комиссией Амурского УФАС России принято решение об отказе в удовлетворении ходатайства по следующим основаниям. В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона «О рекламе» ответственность за распространение рекламы алкогольной

продукции в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (нарушение требований, установленных пунктом 8 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе») несет рекламодатель. Таким образом, привлечение к участию в деле иных лиц не может повлиять на результаты рассмотрения данного дела.

Пояснения представителя ООО «Планета – Медиа» <...> об отсутствии в статье направленности на объект рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке отклоняются Амурским УФАС России по вышеперечисленным основаниям.

Таким образом, по совокупности документов установлено, что по вине ООО «Планета – Медиа» произошло нарушение законодательства РФ о рекламе, выразившееся в распространении рекламы, не соответствующей требованиям пункта 8 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе».

Комиссия Амурского УФАС России считает, что ООО «Планета – Медиа», являясь рекламодателем вышеназванной рекламы, имело возможность не распространять рекламу алкогольной продукции в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», что исключило бы нарушение требований пункта 8 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе», однако не предприняло для этого необходимых мер.

Согласно частям 4 и 7 статьи 38 Закона «О рекламе» к лицу, виновному в нарушении требований законодательства о рекламе (юридическому лицу ООО «Планета – Медиа»), необходимо применить меры ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Ответственность за нарушение законодательства о рекламе (требований пункта 8 части 2 статьи 21 «О рекламе») предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ).

В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1 и 3 статьи 36 Закона «О рекламе», пунктом 44 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 рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Правила), Комиссия Амурского УФАС России считает необходимым выдать юридическому лицу ООО «Планета – Медиа» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (требований пункта 8 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе»).

В силу пункта 43 Правил, резолютивная часть решения, Комиссией Амурского УФАС России по результатам рассмотрения дела, оглашена немедленно по окончании рассмотрения настоящего дела – 16.05.2019.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «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:

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространенную обществом с ограниченной ответственностью «Планета-Медиа» в 2019 году, в том числе 15.03.2019 в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на сайте [asn24.ru](https://asn24.ru) сетевого издания «АСН24.РУ-Амурская служба новостей» в разделе «SOVA» в виде статьи под заголовком «Ароматные вина и ноу-хау от шеф-повара: в Благовещенск пришла «Крымская весна» (<https://asn24.ru/sova/check-in/v-blagoveshchensk-prishla-krymskaya-vesna/>),

поскольку в ней нарушены требования пункта 8 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе».

2. Выдать обществу с ограниченной ответственностью «Планета-Медиа» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
3. Передать материалы дела № 028/05/21-14/2019 уполномоченному должностному лицу Амурского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «27» мая 2019 г.

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии:

<...>

<...>