

Резолютивная часть оглашена «18» апреля 2024 года
В полном объеме решение изготовлено «10» мая 2024 года

Санкт-Петербург

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель:

М.Ф.
Н<...> – заместитель руководителя,

члены:

П.С. В<...> – заместитель начальника отдела антимонопольного контроля хозяйствующих субъектов и рекламы,

О.А. Б<...> – заместитель начальника отдела антимонопольного контроля хозяйствующих субъектов и рекламы,

рассмотрев дело № 078/05/21-42/2024 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (пункта 8 части 2 статьи 21 и части 3 статьи 21 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе») по факту распространения рекламы пива в сообществе «Афиша Санкт-Петербурга | Питер» социальной сети «В Контакте» (https://vk.com/kuda.piter?w=wall-49679911_150294),

УСТАНОВИЛА:

Санкт-Петербургское УФАС России выявило признаки нарушения пункта 8 части 2 статьи 21 и части 3 статьи 21 Закона о рекламе¹ при размещении рекламы пива в сообществе «Афиша Санкт-Петербурга | Питер» социальной сети «В Контакте».

В настоящее время нет оснований для отложения рассмотрения дела. Ходатайств об отложении рассмотрения дела не поступало. Материалов дела достаточно для того, чтобы принять решение по существу рассматриваемого вопроса.

1. Квалификация рассматриваемой информации

Реклама — это 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 (пункт 1 статьи 3 Закона о рекламе).

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

Следовательно, под рекламой понимается определенная неперсонифицированная информация, направленная на продвижение определенного объекта рекламирования. Такая информация может быть размещена в общедоступных местах (например, на рекламных конструкциях), где она в силу способа своего размещения адресуется любым лицам.

Рассматриваемая информация не является персональным предложением кому-либо и направлена на привлечение внимания к товарам (объекту рекламирования) неопределённого круга лиц. Любой человек может ознакомиться с информацией на странице https://vk.com/kuda.piter?w=wall-49679911_150294.

Данная информация также не является исключительно справочной информацией или социальной рекламой (статья 10 Закона о рекламе).

Заявленная информация никак не соотносится с общей тематикой сообщества «Афиша Санкт-Петербурга | Питер».

Таким образом, спорная информация является рекламой. Объект рекламирования: пиво «Соль питерская».

2. Выводы о противотечении рекламы требованиям закона

Требования к рекламе алкогольной продукции установлены статьёй 21 Закона о рекламе. Закон предъявляет специальные требования как к содержанию рекламы, так и к особенностям её распространения.

Реклама алкогольной продукции не должна размещаться в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (пункт 8 части 2 статьи 21 Закона о рекламе).

Рассматриваемая реклама размещена в сообществе «Афиша Санкт-Петербурга | Питер» социальной сети «В Контакте», то есть в сети Интернет.

Согласно части 3 статьи 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

В указанной рекламе отсутствует предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции.

С учётом изложенного, комиссия Санкт-Петербургского УФАС России усматривает нарушение пункта 8 части 2 статьи 21 и части 3 статьи 21 Закона о рекламе при размещении рекламы пива в сообществе «Афиша Санкт-Петербурга | Питер» социальной сети «В Контакте».

3. Анализ доводов лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе

Е. К<...>² не сообщил комиссии свою позицию по существу рассматриваемого дела.

Общество с ограниченной ответственностью «В Контакте» пояснило, что не несёт

ответственности в факту размещения указанной рекламы.

4. Выводы о наличии оснований для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе

На основании пункта 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям, операторам рекламных систем обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. При этом предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе выдается на основании решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей (часть 3 статьи 33 Закона о рекламе).

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

На основании пункта 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям, операторам рекламных систем обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. При этом предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе выдается на основании решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей (часть 3 статьи 33 Закона о рекламе).

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Таким образом, антимонопольный орган вправе выдать предписание не только лицу, в действиях которого установит нарушение законодательства о рекламе, но и иным лицам, которые могут прекратить выявленное нарушение.

Выдавая лицу обязательное к исполнению предписание, антимонопольный орган не констатирует в его действиях нарушение законодательства о рекламе. Предписание само по себе не является мерой публичной ответственности, а лишь свидетельствует о том, что у лица есть средства для прекращения выявленного нарушения.

Реклама пива «Соль питерская» на момент оглашения резолютивной части решения по делу не снята с размещения из сообщества «Афиша Санкт-

Санкт-Петербурга | Питер» социальной сети «В Контакте».

С учётом изложенного, комиссия считает необходимым выдать ООО «В Контакте» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

КОМИССИЯ РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу пива, размещённую в сообществе «Афиша Санкт-Петербурга | Питер» социальной сети «В Контакте», поскольку в ней нарушены требования пункта 8 части 2 статьи 21 и части 3 статьи 21 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Выдать Обществу с ограниченной ответственностью «В Контакте» (ОГРН 1079847035179, ИНН 7842349892, адрес: 191024, Санкт-Петербург, Херсонская улица, дом 12-14, литер А, помещение 1-Н) предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Санкт-Петербургского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «10» мая 2024 года.

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

Председатель
Члены

М.Ф. Н<...>
П.С. В<...>
О.А. Б<...>

1 Здесь и далее по тексту Закон о рекламе — Федеральный закон от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».

2 Пользователь, с использованием учётной записи которого размещена рассматриваемая реклама.