

## РЕШЕНИЕ

г. Иркутск

Резолютивная часть решения оглашена 12 августа 2021г.

В полном объеме решение изготовлено 17 августа 2021г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии –;

члены Комиссии;;

в присутствии представителя ООО «Байкал-Премьер» по доверенности —

рассмотрев дело 038/05/16-1384/2021 возбужденное по признакам нарушения требований установленных ст. 16 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ (далее – Закон о рекламе) по факту распространения в выпуске газеты «Байкал-новости» за 2 апреля 2021 на 1 странице рекламы услуг по изготовлению табличек «Бессмертный полк» тел. Для справки 89500670843 (Таблички изготавливаются за счет заказчика); на 14 странице рекламы «льготной стерилизации собак и кошек», без пометки «реклама» или «на правах рекламы»,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области поступило заявление С. на действия газеты Байкал-новости (ООО «Байкал-Премьер»).

Установлено, что на 1 странице выпуска за 2 апреля 2021г. Размещена информация об изготовлении табличек «Бессмертный полк» тел. Для справки 89500670843 (Таблички изготавливаются за счет заказчика); на 14 странице выпуска за 2 апреля 2021г. размещена информация о «льготной стерилизации собак и кошек», без пометки «реклама» или «на правах рекламы».

В соответствии со ст. 3 Федерального закона РФ «О рекламе» от 13.03.2006г. №38-ФЗ (далее по тексту Закон 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; объект рекламирования - товар, изготовитель

или продавец товара, на привлечение внимания к которым направлена реклама; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Указанная информация соответствует законодательному понятию реклама, закрепленному в ст. 3 Закона о рекламе.

На основании ст. 16 Закона о рекламе, размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы».

На основании ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение ст. 16 несет рекламодатель.

В силу положений статьи 3 Закона о рекламе, рекламодатель – это лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Иркутским УФАС России установлено, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Байкал-Премьер» (ИНН 3837002954).

В связи с тем, что указанная реклама содержит признаки нарушения требований ст. 16 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ Иркутским УФАС России, 02.08.2021 г. возбуждено дело №038/05/16-1384/2021.

Порядок возбуждения и рассмотрения данной категории дел определен Правилами рассмотрения антимонопольным органом, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными Постановлением Правительства Российской Федерации № 1922 от 24.11.2020г.

Дело назначено к рассмотрению на 12 августа 2021г.

ООО «Байкал-Премьер» в адрес Управления представлены письменные пояснения (вх.№10437/21 от 09.08.2021г.) в соответствии с которыми Общество просит учесть обстоятельства, указанные в пояснениях при назначении административного наказания в соответствии с ч.1 ст.14.3 КоАП РФ.

Также Общество указывает, что объявление о стерилизации кошек и собак размещено в разделе «Частично частная жизнь» (страница 14 выпуска), где под наименованием данного раздела также указано мелким шрифтом «объявления и реклама».

В ходе визуального анализа информации, размещенной на странице 14 газеты «Байкал-Премьер», Комиссией установлено, что пометка «объявления и реклама» выставлена мелким шрифтом, что делает данную надпись плохо читаемой, особенно учитывая тот факт, что основным потребителями газет в настоящее время большей частью являются представители старшего и пенсионного возраста.

Согласно позиции, изложенной в пункте 28 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе", 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, условиях его приобретения или использования (часть 7 статьи 5 Закона о рекламе).

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

Учитывая вышеизложенные обстоятельства и судебную практику, рекламодатель не может быть признан исполнившим обязанность по размещению в периодическом печатном издании, не специализирующимся на сообщениях и материалах рекламного характера, текста рекламы с пометкой "реклама" (ст. 16 ФЗ РФ "О рекламе").

В соответствии с ч. 4 ст. 38 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ, нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с п.44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Комиссией Иркутского УФАС России, в ходе анализа материалов дела было установлено, что данная реклама в настоящий момент не распространяется, в связи с этим принято решение предписание не выдавать.

На основании части 1 пункта 2 статьи 33, части 1 статьи 36 Федерального закона «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 в выпуске газеты «Байкал-новости» за 2 апреля 2021 на 1 странице рекламы услуг по изготовлению табличек «Бессмертный полк» тел. Для справки 89500670843 (Таблички изготавливаются за счет заказчика); на 14 странице рекламы «льготной стерилизации собак и кошек», без пометки «реклама» или «на правах рекламы», в связи с нарушением требований ст. 16 Федерального закона «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения требований рекламного законодательства не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Иркутского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации в течение 3-х месяцев со дня его принятия.