

РЕШЕНИЕ

Резолютивная часть решения г. Чита

объявлена 27 сентября 2018 года,

решение в полном объеме

изготовлено 27 сентября 2018 года

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

председатель Комиссии – врио руководителя управления <.....>;

члены Комиссии:

<.....> – начальник отдела антимонопольного контроля и рекламы;

<.....> – ведущий специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы;

в отсутствие:

- директора АУ «Борзинский информационный центр» <.....>.,

рассмотрев дело № 19 по признакам нарушения автономным учреждением «Борзинский информационный центр» (ОГРН 1027501005597) **статьи 16, пункта 1 части 2, части 3 статьи 21** Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

В Забайкальское УФАС России поступило заявление гражданина (перенаправлено Управлением Роскомнадзора по Забайкальскому краю) о распространении на территории Забайкальского края в г. Борзя, периодического печатного издания (газеты), которое содержит признаки нарушения законодательства о рекламе.

В частности, на последней странице газеты <.....>, размещена реклама кафе «Пивная <.....>» с указанием реализации «свежего разливного пива» и изображением кружки, с пенным напитком, следующего содержания: ««Пивная <.....>» Свежее разливное пиво+спортивные ТВ-каналы, ул. <.....>».

Определением от 27 августа 2018 года Забайкальским УФАС России возбуждено дело № 19 в отношении автономного учреждения «Борзинский информационный центр» (ОГРН 1027501005597) по признакам нарушения

статьи 16, пункта 1 части 2, части 3 статьи 21 Закона о рекламе.

В письменных пояснениях АУ «Борзинский информационный центр» от 17.09.2018, содержится ходатайство о рассмотрении дела №19 в отсутствие представителя. Дело рассматривалось в заседании Комиссии 27.09.2018;

Из письменных пояснений представленных **директором АУ «Борзинский информационный центр»** <.....> следует, что реклама бара «Пивная <.....>» не является рекламой, так как информация не содержит утверждений о пользе употребления товара, или преимуществе продукции. Данную рекламу расценили, как объявление, предупреждение о чрезмерном вреде невозможно было разместить из-за размера рекламной площади страницы издания, также указано, что **рекламодатель (ИП Прял<.....>.)** сообщил о том, что пиво является безалкогольным.

Кроме того, в соответствии с представленной информацией, оказание услуг по размещению рассматриваемой рекламы проводилось без заключения договора с рекламодателем. Макет рекламы отсутствует, **реклама была изготовлена самостоятельно** путем совмещения текста и изображения.

Сведений о вышеуказанном предпринимателе не представлено, данные о постановке на учет в налоговом органе отсутствуют.

Письменные пояснения АУ «Борзинский информационный центр», поступившие в ответ на определение о возбуждении дела №19, содержат ранее представленную информацию со следующими дополнениями. Ввиду оптимизации расходов, как указано в пояснениях, работу по выпуску газеты на настоящий момент проводит директор АУ «Борзинский информационный центр» <.....>, как редактор и корреспондент. Рекламодатель (Прял<.....>.) рассматриваемой рекламы, на запрос АУ «Борзинский информационный центр», пояснил, что документов, разрешающих вести предпринимательскую деятельность по направлению реализации алкогольной продукции, на настоящий момент не имеет, данной деятельностью не занимается. Договор на размещение рекламы с указанным лицом не заключался, так как реклама была расценена, как объявление, согласно пояснениям рекламодателя, пиво являлось безалкогольным. Приемом и подготовкой к печати рекламных материалов занимается специалист по рекламе, размещением – оператор, контролем за страницами с объявлениями – корректор. Реклама кафе «Пивная <.....>» была опубликована в газете 10 раз, документов, содержащих сроки размещения рекламы, не имеется. По мнению <.....> рассматриваемая реклама не нанесла вреда читателям, не призывала к каким-либо действиям, не послужила основанием к моральному разложению, потере нравственных качеств или призывом к массовому употреблению алкогольной продукции.

Комиссия Забайкальского УФАС России, рассмотрев обстоятельства дела, изучив письменные пояснения АУ «Борзинский информационный центр», исследовав имеющиеся в материалах дела документы и доказательства, установила следующее.

На последней странице газеты «<.....>», зафиксирован факт размещения рекламы кафе «Пивная <.....>» с указанием реализации «свежего разливного пива» и изображением кружки, с пенным напитком, следующего содержания: ««Пивная <.....>» Свежее разливное пиво+спортивные ТВ-каналы, ул. <.....>».

Согласно статье 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; объектом рекламирования является 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; товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот; ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, сформировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

Указанный вывод согласуется с позицией Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ, изложенной в Постановлении от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», который в пункте 2 указал, что «при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы судам необходимо учитывать, что 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 и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака)».

В указанной рекламе усматриваются признаки нарушения статьи 16, пункта 1 части 2 и части 3 статьи 21 Закона о рекламе.

Согласно [пункту 7 статьи 2](#) Федерального закона от 22.11.1995 N 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» алкогольная продукция - пищевая продукция, которая произведена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции, за исключением пищевой

продукции в соответствии с перечнем, установленным Правительством Российской Федерации. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как спиртные напитки (в том числе водка), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива.

В соответствии **со статьей 16** Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «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».**

В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов.

Также, согласно части 3 статьи 21 ФЗ «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).

Согласно документам, представленным Автономным учреждением «Борзинский информационный центр» (ОГРН 1027501005597), а именно свидетельству о регистрации средства массовой информации № ПИ № ТУ75-00105 от 29.08.2011 г., специализация газеты «<.....>» – общественно-информационная. Из вышеуказанной информации следует, что газета «<.....>» не зарегистрирована в качестве печатного издания, специализирующегося на сообщениях и материалах рекламного характера.

В соответствии с выходными данными, размещенными внизу последней страницы газеты, издание «<.....>» зарегистрировано Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Забайкальскому краю, за регистрационным номером ПИ № ТУ 75-0<.....> от 29.08.2011. Учредителем газеты является администрация муниципального района «Борзинский район», автономное учреждение «Борзинский информационный центр». **Главный редактор** - <.....>, адресом издательства, редакции, типографии указан: г. Борзя, ул. <.....>.

Из письменных пояснений, представленных **директором АУ «Борзинский информационный центр»** <.....>. следует, что реклама бара «Пивная <.....>», не является рекламой, так как информация не содержит утверждений о пользе употребления товара, или преимуществе продукции. Данную рекламу расценили, как объявление, предупреждение о чрезмерном вреде невозможно было разместить из-за размера рекламной площади страницы издания, также указано, что **рекламодатель (ИП Прял<.....>.)** сообщил о том, что пиво является безалкогольным. Ввиду оптимизации расходов, как указано в пояснениях, работу по выпуску газеты на настоящий момент проводит

директор АУ «Борзинский информационный центр» <.....> как редактор и корреспондент. Рекламодатель (Прял<.....> рассматриваемой рекламы, на запрос АУ «Борзинский информационный центр», пояснил, что документов, разрешающих вести предпринимательскую деятельность по направлению реализации алкогольной продукции, на настоящий момент не имеет, данной деятельностью не занимается. Договор на размещение рекламы с указанным лицом не заключался, так как реклама была расценена, как объявление. Приемом и подготовкой к печати рекламных материалов занимается специалист по рекламе, размещением – оператор, контролем за страницами с объявлениями – корректор. Реклама кафе «Пивная <.....>» была опубликована в газете 10 раз, документов, содержащих сроки размещения рекламы, не имеется. По мнению <.....> рассматриваемая реклама не нанесла вреда читателям, не призывала к каким-либо действиям, не послужила основаниям к моральному разложению, потере нравственных качеств или призывом к массовому употреблению алкогольной продукции. Иным способом данная реклама не распространяется.

В соответствии с представленной информацией, оказание услуг по размещению рассматриваемой рекламы проводилось без заключения договора с рекламодателем. Доказательств обратного материалы дела не содержат.

Макет рекламы отсутствует, **реклама была изготовлена, в соответствии с письменными пояснениями АУ «Борзинский информационный центр», самостоятельно** путем совмещения текста и изображения.

Сведений о вышеуказанном предпринимателе не представлено, данные о постановке на учет в налоговом органе отсутствуют.

Согласно выходным данным издания, письменным пояснениям <.....> иным материалам дела, издателем газеты «<.....>» является **Автономное учреждение «Борзинский информационный центр»**, которое по определению (пункт 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») является **рекламораспространителем**, т.е. лицом, осуществляющим распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно части **7 статьи 38** Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных **статьей 16 и частью 2 статьи 21** Закона о рекламе, несет **рекламораспространитель**.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Закона о рекламе, **рекламораспространителем** является **лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом**, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно статье 38 ФЗ «О рекламе», ответственность за нарушение требований **части 3 статьи 21** ФЗ «О рекламе» несет **рекламодатель и рекламораспространитель**.

Рекламодателем, в силу **пункта 5 статьи 3** Закона о рекламе, является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Для целей реализации антимонопольным органом возложенных на него полномочий, антимонопольный орган должен обладать документами и доказательствами, необходимыми для обоснованного решения. Оперативно – розыскными функциями антимонопольный орган не наделён.

Материалами дела достоверно установить лицо, которое нарушило рекламное законодательство, в статусе **рекламодателя**, не представляется возможным.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Федерального закона «О рекламе» антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе; пунктами 37, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, утвержденных Постановлением правительства РФ от 17.08.2006 № 508; пунктом 3.58 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, утвержденного приказом ФАС от 23.11.2012 № 711/12, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу кафе «Пивная <.....>» с указанием реализации «свежего разливного пива» и изображением кружки, с пенным напитком, следующего содержания: ««Пивная <.....>» Свежее разливное пиво+спортивные ТВ-каналы, ул. <.....>», поскольку в ней нарушены требования статьи 16, пункта 1 части 2 , части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать АУ «Борзинский информационный центр» (ОГРН 1027501005597), нарушившим требования статьи 16, части 3 статьи 21 Закона о рекламе.

3. Выдать АУ «Борзинский информационный центр» (ОГРН 1027501005597) предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Забайкальского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 КоАП.

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

Председатель Комиссии <.....>

Члены Комиссии: <.....>

<.....>