

Филиал ФГУП «Всероссийская
государственная телевизионная и
радиовещательная компания»
«Государственная телевизионная и
радиовещательная компания
«Владивосток» ул. Уборевича, д. 20а, г.
Владивосток, 690090

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА № 025/04/14.3-108/2024

ОБ АДМИНИСТРАТИВНОМ ПРАВОНАРУШЕНИИ И ПРОВЕДЕНИИ

АДМИНИСТРАТИВНОГО РАССЛЕДОВАНИЯ

8 февраля 2024 года г. Владивосток

Я, ведущий специалист - эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Управления Федеральной антимонопольной службы по Приморскому краю <...>, рассмотрев материалы заявления и материалы дела № 025/05/14-1295/2023 по признакам нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

В соответствии с частью 1 статьи 33 ФЗ «О рекламе», антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий федеральный государственный контроль (надзор) в сфере рекламы, возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

28.11.2023 по результатам рассмотрения дела № 025/05/14-1295/2023 Комиссия Приморского УФАС России по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее - Комиссия), признала ненадлежащей рекламу, нарушающей требования части 1 статьи 14 ФЗ « О рекламе».

При рассмотрении дела № 025/05/14-1295/2023 Комиссией установлены следующие обстоятельства.

07.08.2023 в Приморское УФАС России из Управления Федеральной

службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Дальневосточному федеральному округу (далее – Роскомнадзор) поступило информационное письмо с материалом (исх. от 03.08.2023 № 9345-03/25) (вх. № 7453/23), в котором указано, что в эфире телеканала «Восток 24», осуществлялась трансляция рекламного ролика ГК «Русский Краб» с признаками нарушения требований ФЗ «О рекламе».

Как указано в письме Роскомнадзора, 25.07.2023 в 20:22 в эфире телеканала «Восток 24» был распространен рекламный блок, без сообщения о начале демонстрации рекламы.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» под рекламой понимается 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.

Из пункта 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» следует, что 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.

Согласно пункту 3 статьи 3 ФЗ «О рекламе» товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Под средством массовой информации понимается телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием) (статья 2 Федерального закона от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» (далее – Закон о СМИ).

Согласно абзацу 13 статьи 2 Закона о СМИ под телеканалом, радиоканалом понимается сформированная в соответствии с сеткой вещания (программой передач) и выходящая в свет (эфир) под постоянным наименованием (названием) и с установленной периодичностью совокупность теле-, радиопрограмм и (или) соответственно иных аудиовизуальных, звуковых сообщений и материалов. Правила, установленные ФЗ «О средствах массовой информации» и другими законодательными актами Российской

Федерации для телепрограммы, радиопрограммы, применяются в отношении телеканала, радиоканала, если иное не установлено указанным законом.

Распространенная в 20:22 на телеканале «Восток 24» информация соответствует понятию рекламы, закрепленном в статье 3 ФЗ «О рекламе», направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к объектам рекламирования - услугам и товарам оказываемыми хозяйствующими субъектами.

Порядок распространения рекламы в телепрограммах и телепередачах установлен статьей 14 ФЗ «О рекламе».

Согласно части 1 статьи 14 ФЗ «О рекламе» прерывание телепрограммы или телепередачи рекламой, то есть остановка трансляции телепрограммы или телепередачи для демонстрации рекламы, должно предваряться сообщением о последующей трансляции рекламы, за исключением прерывания спонсорской рекламой.

Частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение части 1 статьи 14 ФЗ «О рекламе» возложена на рекламораспространителя.

Рекламораспространителем является телеканал «Восток 24» на основании свидетельства о регистрации СМИ Эл № ФС77-73882 от 05.10.2018. Территория распространения – Российская Федерация. Специализация – информационная, общественно-политическая, социальная, экономическая, спортивная, развлекательная, реклама в соответствии с законодательством Российской Федерации о рекламе.

Согласно выписки из реестра зарегистрированных средств массовой информации учредителем телеканала является Федеральное государственное унитарное предприятие «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» (далее – ФГУП «ВГТРК»).

Определением от 03.10.2023 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Приморским УФАС России возбуждено дело № 025/05/14-1295/2023 (исх. № 6952/23).

10.10.2023 в Приморское УФАС России поступили письменные пояснения от филиала ФГУП «ВГТРК» - «ГТРК «Владивосток» из которых следует, что между ФГУП «ВГТРК» и ООО «Русский Краб» был заключен договор № 04/04 от 07.04.2023 на оказание информационных услуг.

Представитель по доверенности Рябов Н.В. поддержал ранее представленные письменные пояснения и сообщил, что, по мнению компании, рассматриваемый ролик исключительно информационный и не

относится к понятию рекламы. В сюжете ролика показаны районы добычи краба, строительство специального флота для лова, нет информации о том, что товар имеет стоимостную оценку и каким-то образом реализуется. Также не указано местонахождение ООО «Русский Краб», его сайт или телефоны, по которым можно приобрести товар. Ролик выходил в эфир отдельным блоком и не отнесен к какой-либо передаче.

На заседании Комиссии был детально рассмотрен вышеуказанный ролик, в котором указано, что «Русский Краб» - № 1 по добыче краба на Дальнем Востоке России.

30.11.2023 в Приморское УФАС России поступили письменные пояснения с приложением (вх. № 10404-ЭП/23) от ООО «Русский краб» из которых следует, что общество передавая материал в трансляцию в эфир телеканала «Восток 24» не преследовало рекламных целей, материал демонстрировался в рамках фестиваля телевизионных программ и морской документалистики «Человек и море» и носил информационный характер. Кроме того, общество указывает, что использованное в ролике выражение ««Русский Краб» - № 1 по добыче краба на Дальнем Востоке России» основывается на системе данных мониторинга судов, форму 2.1 которая дает суточный обзор рыбопромыслового флота в районах промысла по судам на основании судовых суточных донесений. Также, данные о том, что ГК «Русский Краб» занимает статус крупнейшего крабодобытчика на Дальнем Востоке отражены в СМИ со ссылкой на Ассоциацию судовладельцев рыбопромыслового флота (АСРФ) <https://www.rbc.ru/business/19/10/2023/65311c3c9a79477bf0e0c939>.

В публикации размещенной 15 сентября 2023 на сайте информационной группы «Интерфакс» указано, что «Русский краб является крупнейшей на Дальнем Востоке крабопромысловой компанией <https://www.interfax.ru/business/920960>.

Согласно пункту 29 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Таким образом, при использовании в рекламе каких-либо сравнительных характеристик, которые указывают на превосходство товара над иными

товарами («лучший», «№ 1» и пр.), должны быть указаны те конкретные критерии, по которым осуществляется сравнение, то есть в рекламе обязательно должно содержаться обоснование данного утверждения. Отсутствие в рекламе такого обоснования рассматривается как приведение сравнения с приведенной в рекламе характеристикой товара по любому критерию.

Представитель по доверенности Май Я.В., поддержала ранее представленную письменную позицию и представила на обозрение Комиссии протоколы аукционов на квоты по добыче краба, договоры о передаче полномочий единоличного органа управляющей организации, выписки ЕГРЮЛ компаний квотодержателей и судовладельцев, которые входят в группу компаний «Русский Краб» в обоснование довода о том, что ««Русский Краб» - № 1 по добыче краба на Дальнем Востоке России».

Комиссия отмечает, что использованное в ролике выражение ««Русский Краб» - № 1 по добыче краба на Дальнем Востоке России» содержит критерий по которому осуществляется сравнение с иными рыбопромысловыми компаниями, однако, в нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» не имеет объективного подтверждения. Наличие квот у группы компаний «Русский Краб» не является определяющим критерием объективного подтверждения и не позволяет сделать вывод о том, что «Русский Краб» - № 1 по добыче краба на Дальнем Востоке России.

Комиссия, изучив материалы дела, делает вывод, что выделенные квоты могли быть освоены не в полном объеме. Кроме того, информация из СМИ является мнением редакции, а не проведенное исследование рынка. Вместе с тем, не указан временной период признания «№ 1».

Согласно пояснениям общества «Русский Краб» является группой компаний. Однако из распространенной информации не следует, что речь идет о группе компаний.

Объективным подтверждением какого-либо признания может выступать проведенное и зафиксированное исследование в отрасли в определенный период.

В соответствии с частью 6 и 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе», ответственность за нарушение требований части 1 статьи 14 ФЗ «О рекламе», несет рекламодатель.

В рассматриваемом случае рекламодателем является ФГУП «ВГТРК».

Согласно части 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за

нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) нарушение рекламоделателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Таким образом, в действиях ФГУП «ВГТРК» как рекламодателя, следствием которого явилось распространение рекламы с нарушением требований части 1 статьи 14 ФЗ «О рекламе» усматривается состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ. Указанные материалы и данные являются достаточными для возбуждения дела.

В целях установления обстоятельств, повлекших административное правонарушение и привлечения виновных лиц к ответственности, руководствуясь статьей 28.1, пунктом 62 статьи 28.3, статьей 28.7 КоАП РФ,

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить в отношении юридического лица ФГУП «ВГТРК» (ОГРН 1027700310076, дата присвоения ОГРН 14.10.2002, ИНН 7714072839, КПП 771401001) дело № 025/04/14.3-108/2024 об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, выразившемся в распространении ненадлежащей рекламы.

2. Провести административное расследование.

3. В соответствии со статьей 26.10 КоАП РФ юридическому лицу ФГУП «ВГТРК» надлежит в трехдневный срок со дня получения настоящего определения представить в Приморское УФАС России письменные объяснения по факту распространения рекламы указанной в определении;

4. ФГУП «ВГТРК» либо иному уполномоченному лицу с надлежаще оформленной доверенностью на участие в производстве по делу №

025/04/14.3-108/2024 (при себе иметь паспорт), **явиться в 15 часов 15 минут 05.03.2024** по адресу: ул. 1-я Морская, д. 4, каб. 442, г. Владивосток (тел. (423)241-20-61) для составления и подписания протокола об административном правонарушении.

В соответствии с частью 4.1 статьи 28.2 КоАП РФ в случае неявки надлежащим образом извещённого о месте и времени рассмотрения дела физического лица, или законного представителя физического лица, законного представителя или защитника юридического лица, в отношении которого ведётся производство по делу об административном правонарушении, протокол об административном правонарушении составляется в его отсутствие.

Разъясняю, что в соответствии с частью 1 статьи 25.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого ведётся производство по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с КоАП РФ.

В соответствии с частью 4 статьи 25.5 КоАП РФ защитник допускается к участию в производстве по делу об административном правонарушении с момента возбуждения дела об административном правонарушении.

В случае невозможности обеспечения явки возможно заявление ходатайства о составлении и подписании протокола, а так же рассмотрении дела в отсутствие представителя.

Ведущий специалист-эксперт отдела

контроля рекламы

и недобросовестной конкуренции <...>

