

<...>

<...>

Управление Федеральной службы
по надзору в сфере связи,
информационных технологий и
массовых коммуникаций по
Дальневосточному федеральному
округу

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА № 025/05/24-508/2024 И НАЗНАЧЕНИИ ДЕЛА К РАССМОТРЕНИЮ

20 мая 2024 года г. Владивосток

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Приморскому краю (далее - Приморское УФАС России) по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, заместитель руководителя управления – начальник отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции <...>, рассмотрев материалы о распространении информации, с признаками нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

УСТАНОВИЛ:

В Приморское УФАС России из Управления Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Дальневосточному федеральному округу (далее — Роскомнадзор) (исх. от 19.03.2024 № 3003-01/25) поступило информационное письмо с материалом (вх. № 2703/24 от 22.03.2024), в котором указано, что в выпуске № 11 (1291) от 14.03.2024 газеты «Ударный фронт» содержатся признаки нарушения требований пункта 1 части 3

статьи 5, части 7 статьи 5, части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

Как указано в письме Роскомнадзора, при осуществлении мониторинга выпуска № 11 (1291) от 14.03.2024 газеты «Ударный фронт» установлено, что на стр. 1 размещена реклама новой коллекции обуви, в котором утверждается, что в магазине под названием «Шузмаркет» самая яркая, самая стильная, сама модная и комфортная обувь, при этом отсутствует конкретный критерий, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

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.

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.

Также, на стр. 1 выпуска № 11 (1291) от 14.03.2024 газеты «Ударный фронт» размещена реклама услуг, оказываемых Дальневосточным центром юридических услуг, в которой содержится утверждение следующего содержания: «Банкротство физических лиц. Законно спишем ваши долги без потери имущества за 6-8 месяцев с гарантией 100%».

Согласно части 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с частью 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе», не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вносятся в заблуждение потребители рекламы.

На стр. 20 выпуска № 11 (1291) от 14.03.2024 газеты «Ударный фронт» размещена реклама медицинских услуг стоматологического кабинета «DENT Мастер», в которой отсутствуют сведения (предупреждения) о наличии противопоказаний или консультации со специалистом.

В соответствии с частью 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе» реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. В рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Частью 28 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения Арбитражными судами ФЗ «О рекламе», рекламодаделец вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые ФЗ «О рекламе» к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

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

В связи с вышеизложенным, рекламодаделец и/или

рекламораспространитель обязан внести в рекламу предупреждающую надпись о наличии противопоказаний к применению и использованию оптики и о необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалиста.

В соответствии с частями 6, 7, 8 статьи 38 ФЗ «О рекламе», ответственность за нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе» несет рекламоатель и рекламораспространитель, рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6 и 7 настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Рекламораспространителем является газета «Ударный фронт» (выписка СМИ серия ПИ № ФС 19-0029 от 15.03.2005). Территория распространения - Приморский край. Специализация: общественно-политическая, культурно-развлекательная.

Согласно выписки из реестра зарегистрированных СМИ учредителями газеты «Ударный фронт» являются <...> и <...>.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 ФЗ «О рекламе», а также руководствуясь Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу № 025/05/24-508/2024 по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

2. Признать лицами, участвующими в деле:

лица, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

- <...>;

- <...>

заявитель: Управление Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Дальневосточному федеральному округу.

3. Назначить дело 025/05/24-508/2024 к рассмотрению на 13.06.2024 года в

14 часов 30 минут по адресу: г. Владивосток, ул. 1-я Морская, д. 2, кабинет 442 .

4. <...>, представить в Приморское УФАС России в соответствии со статьей 33 и 34 ФЗ «О рекламе», **в течение пяти дней с момента получения настоящего определения** следующие документы и информацию:

- письменные объяснения по обстоятельствам, указанным в определении;
- должностную инструкцию главного редактора;
- приказ о назначении на должность главного редактора (с указанием почтового адреса редакции);
- договоры на распространение рекламы и документы подтверждающие оплату услуг по договорам.

Возможно предоставление запрашиваемой информации посредством электронной почты: fo25@fas.gov.ru.

Явка руководителей либо иных уполномоченных представителей лиц, с надлежащим образом оформленными полномочиями для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, **обязательна**.

В случае невозможности обеспечения явки возможно заявление ходатайства о рассмотрении дела в отсутствие представителя.

Председатель Комиссии

<...>