

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 063/05/16-677/2022

07.10.2022 года
Самара

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

Председатель Комиссии – ...

Члены Комиссии – ...

рассмотрев материалы с признаками нарушения индивидуальными предпринимателем ... (далее – ИП ...) законодательства РФ о рекламе,

в отсутствие представителей:

заявитель – Управление Роскомнадзора по Самарской области (...), лицу уведомлялось надлежащим образом посредством почтовой связи, что подтверждается отчетом об отслеживании отправления с идентификатором № 44312367265928 с атрибутом «вручение адресату почтальоном 07.09.2022г.: списком внутренних почтовых отправлений № 1 от 05.09.2022г., чеком ККМ с 05.09.2022г, а также посредством электронной почты, что подтверждается материалами дела;

в присутствии представителей:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ИП ..., лицу уведомлялось надлежащим образом посредством почтовой связи, что подтверждается отчетом об отслеживании отправления с идентификатором № 44312367265874 с атрибутом «неудачная попытка вручения 06.09.2022г.», списком внутренних почтовых отправлений № 1 от 05.09.2022г., чеком ККМ от 05.09.2022г, а также посредством электронной почты, что подтверждается материалами дела;

... (паспорт);

заинтересованного лица – _____

эксперта – _____

переводчика – _____

УСТАНОВИЛА:

В адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Самарской области (далее - Самарское УФАС России) поступили материалы планового систематического наблюдения (вх. № 10193/22 от 03.08.2022) (далее – Заявление Управления Роскомнадзора по Самарской области в отношении СМ периодического печатного издания журнала «Togliatti Journal» (регистрационный номер серии ПИ № ТУ 63 – 00978 от 19.05.2020), о наличии признаков нарушения статьи 16 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») в выпуске указанного журнала № 1(15) от 17.02.2022 (далее – Журнал) на стр. 2,3, 10,11, 13, 46, 47,50.

Из материалов Заявления следует, что в Журнале содержится следующие информационные блоки: на стр. 2 «by Uliana Almazova personalita», на стр. «personalita13.tilda.ws personalita13», на стр. 10,11 Агенство недвижимости Русская жемчужина 53-33-33...», на стр. 13 «Будьте ярче своих конкурентов. Хищники маркетинга Закажите хищный Бренд...», на стр. 46, 47 «Ростсай интернет-маркетинг креативные и технически сложные сайты ...», на стр. 50 «tip sy Djs, cocktails, party...».

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «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.

Согласно пункту 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объектом рекламирования является товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товарный знак 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.

Данная информационные блоки на указанных страницах являются рекламой, поскольку имеют объекты рекламирования и адресованы неопределенному кругу лиц.

Согласно материалам заявления, рассматриваемый Журнал специализируется на сообщениях и материалах рекламного характера.

В соответствии со статьей 16 ФЗ «О рекламе» размещение текста рекламы периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы». Объем рекламы в таких изданиях должен составлять не более чем сорок пять процентов объема одного номера периодических печатных изданий. Требование о соблюдении указанного объема не распространяется на периодические печатные издания, которые зарегистрированы в качестве специализирующихся на сообщениях материалах рекламного характера и на обложке, и в выходных данных которых содержится информация о такой специализации.

Из материалов Заявления усматривается, что рекламные образцы на указанных страницах не сопровождаются в Журнале пометкой «реклама» или «на правах рекламы».

Таким образом, рекламные образцы в выпуске журнала № 1(15) от 17.02.2022 на стр. 2 «by Uliana Almazova personalita», на стр. 3 «personalita13.tilda.ru personalita13», на стр. 10, 11 «Агентство недвижимости Русская жемчужина 53-33-33...», на стр. 13 «Будьте ярче своих конкурентов... Хищники маркетинга Закажит хищный Бренд...», на стр. 46, 47 «Ростсайт интернет-маркетинг креативные технически сложные сайты ...», на стр. 50 «tip-sy Djs, cocktails, party...» содержат признаки нарушения статьи 16 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных статьей 1 настоящего закона.

Рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункт статьи 3 ФЗ «О рекламе»).

Согласно выписке из реестра зарегистрированных СМИ по состоянию на 29.07.2022г. учредителем Журнала является ИП ...

Таким образом, рекламодателем является ИП ...

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссией Самарского УФАС России было возбуждено дело № 063/05/16-677/2022 (определение о возбуждении дела № 063/05/16-677/2022 и назначении дела к рассмотрению (ис: № 7242/8 от 01.09.2022).

В ответ на данное определение ИП ... были направлены письменные пояснения (вх. № 12533-ЭП/22 от 23.09.2022), согласно которым информация на стр. 10, 11 «Агентство недвижимости Русская жемчужина 53-33-33...», на стр. 13 «Будьте ярче своих конкурентов... Хищники маркетинга Закажите хищный Бренд...», на стр. 46, 47 «Ростсайт интернет-маркетинг креативные и технически сложные сайты ...»

рассматриваемом выпуске журнала, являются информационными статьями указанием контактов автора и человека, у которого брали интервью соответственно не являются рекламой.

Также, в своих пояснениях ИП ... указал, что информация указанная на стр. 2 «by Uliana Almazova personalita», на стр. 3 «personalita13.tilda.ws personalita13» не является рекламой.

Информация на стр. 50 «tip-sy Djs, cocktails, party...» является социально рекламой, поскольку подтверждает открытие нового заведения, а именно выполняет общественно полезную цель.

В пояснениях дополнительно указано, что рассматриваемая информация направлена определенному кругу лиц.

На заседании Комиссии Самарского УФАС России ИП ... поддержал свои доводы, указанные в пояснениях.

Заслушав объяснения ИП ..., рассмотрев материалы дела № 063/05/16-677/2021 Комиссия Самарского УФАС России пришла к следующему выводу.

В соответствии со статьей 3 ФЗ «О рекламе», 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 поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно данной статьи ФЗ «О рекламе» объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятия (в том числе спортивные соревнования, концерт, конкурс, фестиваль основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама; товар - продукт деятельности (в том числе работы, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В соответствии со статьей 1538 Гражданского Кодекса РФ юридические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность (в том числе некоммерческие организации, которым право на осуществление такой деятельности предоставлено в соответствии с законом их учредительными документами), а также индивидуальные предприниматели могут использовать для индивидуализации принадлежащих им торговых, промышленных и других предприятий (статья 132) коммерческие обозначения, не являющиеся фирменными наименованиями и не подлежащие обязательному включению в учредительные документы и единый государственный реестр юридических лиц.

Так, информация, расположенная на стр. 2 «by Uliana Almazova personalita», на стр. 3 «personalita13.tilda.ws personalita13» имеет объект рекламирования в виде средства индивидуализации лица, поскольку в рекламе «by Uliana Almazova personalita» содержится коммерческое обозначение «XIII Personalita».

При вводе в поисковую строку в приложении «Chrome», в поисковой системе «Google» данного коммерческого обозначения, в строке результатов поиска находится сайт «<https://vk.com/personalita13>» на котором содержится то же коммерческое обозначение, что и в рекламе, а также имеются те же фотографии из рассматриваемого выпуска журнала, со страниц 2-3.

При осмотре данного сайта можно сделать вывод, что под данным коммерческим обозначением рекламируется женская одежда.

В ЕГРЮЛ зарегистрировано лицо ООО «Персоналита 13» (...) генеральный директор ... В пояснениях ИП ... указал, что на фото на стр. 2 «by Uliana Almazova personalita» и на стр. 3 «personalita13.tilda.ws personalita13» изображена ..., также на сайте «<https://vk.com/personalita13>» ... указана как контактное лицо.

В выписке ЕГРЮЛ ООО «Персоналита 13» как основной вид деятельности указано: изготовление прочей верхней одежды (№14.3).

Таким образом информация на стр. 2 «by Uliana Almazova personalita», на стр. «personalita13.tilda.ws personalita13» является рекламой направленной на продажу женской одежды.

Информация на стр. 10, 11 «Агентство недвижимости Русская жемчужина 53-33-33...», также является рекламой, поскольку имеет объект рекламирования в виде индивидуализации лица.

Так на стр. 10 указано «...ООО «Русская Жемчужина»...Тольятти, Молодежный б-р 8» и на странице 11 информация «Агентство недвижимости Русская жемчужина 53-33-33...» включает в себя коммерческое обозначение изображенного в виде купала и под ним указано «Агентство недвижимости Русская жемчужина 53-33-33...», а также на страницах 10-11 содержится номер телефона, что говорит о том, что потребитель может обратиться по указанному номеру к данному лицу для дальнейшего оказания услуг.

Также, в ЕГРЮЛ зарегистрировано лицо ООО «Русская жемчужина» (молодежный ...) генеральным директором является ..., на стр. 10, 11 «Агентство недвижимости Русская жемчужина 53-33-33...» изображен Кирюшин Алексей Иванович и указан как генеральный директор ООО «Русская Жемчужина».

В выписке ЕГРЮЛ ООО «Русская Жемчужина», как основной вид деятельности указан: деятельность агентств недвижимости за вознаграждение или на договорной основе (№ 68.31).

Таким образом данная реклама распространяется с целью продажи услуг агентства недвижимости.

На стр. 13 «Будьте ярче своих конкурентов...Хищники маркетинга Закажут хищный Бренд...» также указан номер контактного телефона, сайт adswild.com в содержание информации входит коммерческое обозначение в виде льва надписи «Закажите хищный Бренд».

При переходе на указанный сайт открывается страница, на которую потребитель может заказать услуги по продвижению бизнеса, оформленные страницы в коммуникационной сети интернет, таргета и т.д.

Следовательно, информация на стр. 13 «Будьте ярче своих конкурентов. Хищники маркетинга Закажите хищный Бренд...» также является рекламой, поскольку имеет объект рекламирования в виде средства индивидуализации лица, и преследует цель продвижения услуг по маркетингу именно от «Хищник маркетинга».

На стр. 46, 47 информация «Ростсайт интернет-маркетинг креативные технически сложные сайты ...» содержит номер телефона, а также сайт rostsayt.ru, при переходе на который можно заказать услуги по интернет-маркетингу.

Также, в информацию «Ростсайт интернет-маркетинг креативные и технически сложные сайты ...» включено коммерческое обозначение в виде имитации букв «Р» с помощью дугообразных линий с подписью «РОТСАЙТ интернет-маркетинг».

Следовательно информация на стр. 46, 47 «Ростсайт интернет-маркетинг креативные и технически сложные сайты ...» является рекламой и имеет объект рекламирования в виде индивидуализации лица и распространяется с целью продвижения услуг по интернет-маркетингу.

На стр. 50 «tip-sy Djs, cocktails, party...» изображено коммерческое обозначение в виде импровизированной английской буквы «Y» на фоне фотографии барной стойки.

ИП ... указал, что данная информация является социальной рекламой, поскольку подтверждает открытие нового заведения, а именно выполняет общественно-полезную цель.

При поиске через приложение «2gis» указанного в данной рекламе адреса «ул. 40 лет победы, 50 А, г. Тольятти», устанавливается, что по данному адресу находится бар «Tip.sy.bar», который по информации в приложении «2gis» имеет статус: бара, кафе, ресторана.

В соответствии с Постановлением № 51-20 Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ «О Согласованном словаре терминов в области образования», общественно-полезная деятельность - вид целенаправленной социальной деятельности организации или человека, предусматривающий предоставление различного рода услуг или выполнение работ, в том числе на безвозмездной основе, не противоречащий конституции, связанный с удовлетворением личных и общественных потребностей.

Согласно пункту 11 статьи 3 ФЗ «О рекламе» социальная реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на

достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

Таким образом, открытие бара (кафе, ресторан) не подпадает по общественно полезную деятельность (цель) и соответственно информация н стр. 50 «tip-sy Djs, cocktails, party...» является рекламой.

Стоит отметить, что ИП не представил никаких доказательств доводам, о том что Журнал направлен на распространение информации для определенног круга лиц.

На основании вышеуказанного, информация указанная в выпуске Журнала н стр. 2 «by Uliana Almazova personalita», на стр. 3 «personalita13.tilda.w personalita13», на стр. 10, 11 «Агенство недвижимости Русская жемчужина 53-3(33...», на стр. 13 «Будьте ярче своих конкурентов...Хищники маркетинга Закажит хищный Бренд...», на стр. 46, 47 «Ростсайт интернет-маркетинг креативные технически сложные сайты ...», на стр. 50 «tip-sy Djs, cocktails, party...» является рекламой и следовательно должна соответствовать нормам ФЗ «О рекламе».

В соответствии со статьей 16 ФЗ «О рекламе» размещение текста рекламы периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометко "реклама" или пометкой "на правах рекламы". Объем рекламы в таких изданиях должен составлять не более чем сорок пять процентов объема одного номера периодических печатных изданий. Требование о соблюдении указанног объема не распространяется на периодические печатные издания, которы зарегистрированы в качестве специализирующихся на сообщениях материалах рекламного характера и на обложке, и в выходных данных которь содержится информация о такой специализации.

Кроме того, в соответствии с Письмом ФАС России от 27.02.2015 № АК/8901/15 (« разъяснении отдельных положений ФЗ «О рекламе» по мнению специалиста ФАС России, при размещении рекламы в газете, специализирующейся соответствии со свидетельством о регистрации СМИ на материалах рекламного характера (более 40%), без указания о такой специализации н обложке и в выходных данных печатного издания, требуется наличие пометк «реклама» или «на правах рекламы» в соответствии со статьей 16 ФЗ «О рекламе».

Пометка в рассматриваемых рекламных образцах отсутствует.

Согласно выписке из реестра зарегистрированных средств массово информации по состоянию на 29.07.2022 специализация журналс информационная, реклама в соответствии с законодательством РФ о рекламе.

На основании указанного рассматриваемые рекламные образцы содержат нарушение статьи 16 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность з

нарушение статьи 16 ФЗ «О рекламе» указанного закона несет рекламораспространитель.

ИП ... является рекламораспространителем, что подтверждается следующими обстоятельствами:

1. Материалами планового систематического наблюдения в отношении Журнала;
2. Выпиской из реестра зарегистрированных средств массовой информации по состоянию на 29.07.2022;
2. Заявлением о регистрации СМИ;
3. Платежным поручением от 14.04.2020;
4. Служебной запиской Самарского УФАС России от 01.09.2022;
5. Определением о возбуждении дела (исх. № 7242/8 от 01.09.2022);
6. Пояснениями ИП ...

Одной из целей ФЗ «О рекламе» является реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы (статья 1 ФЗ «О рекламе»). Закон направлен на предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Регулирование отношений, возникающих в сфере распространения рекламы имеет своей целью обеспечение эффективного баланса интересов потребителей рекламы и заказчиков рекламы, рекламопроизводителей рекламораспространителей.

Пунктом 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» установлено, что реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В связи с тем, что отсутствуют доказательства о прекращении нарушения, Комиссия Самарского УФАС России приходит к выводу о выдаче предписания.

На основании вышеизложенного и руководствуясь частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-50 Правил рассмотренным антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу в выпуске журнала «Togliatti Journal» № 1(14) от 17.02.2022 на стр. 2 «by Uliana Almazova personalita», на стр. «personalita13.tilda.ws personalita13», на стр. 10, 11 Агентство недвижимоств Русская жемчужина 53-33-33...», на стр. 13 «Будьте ярче своих конкурентов. Хищники маркетинга Закажите хищный Бренд...», на стр. 46, 47 «Ростсай интернет-маркетинг креативные и технически сложные сайты ...», на стр. 50 «tip sy Djs, cocktails, party...» распространенной ИП ...

2. Выдать ИП .. предписание о прекращении нарушения требования законодательства РФ о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Самарского УФАС России для возбуждения в отношении ИП ... дела об административном правонарушении, предусмотренным ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Резолютивная часть решения оглашена 26 сентября 2022г.

Решение изготовлено в полном объеме 07 октября 2022 г.

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

Председатель Комиссии ...

Члены Комиссии ...

...