



**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

**ОПРЕДЕЛЕНИЕ
О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА №066/05/18.1-476/2024 И НАЗНАЧЕНИИ ДЕЛА
К РАССМОТРЕНИЮ**

16 февраля 2024 г.

г. Екатеринбург

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе <...> (заместитель руководителя Управления), рассмотрев заявление <...> (вх.№1682-ЭП/24 от 29.01.2024, дополнение вх.№1865-ЭП/24 от 31.01.2024) о распространении в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на канале <...> Уралочка live на видеохостинге «YouTube» по адресу <https://www.youtube.com/channel/UCnuUMrZA1wjQM275EyGTu4g> и на блог-платформе «Дзен» по адресу https://dzen.ru/id/621_f9cdc176dca653985b_15b в видео от 11.09.2023 под названием «<...> радуется своими оценками. Работаем на даче» рекламы чистящей пасты «PINK GLAM» (далее – Реклама №1), в которой отсутствует пометка «реклама», указание на рекламодателя такой рекламы и (или) сайт, страницу сайта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», содержащие информацию о рекламодателе такой рекламы, а также на видеохостинге «YouTube» по адресу <https://www.youtube.com/channel/UCnuUMrZA1wjQM275EyGTu4g> и на блог-платформе «Дзен» по адресу <https://dzen.ru/video/watch/65b3f78bbb12e30bc04a776f?sid=424019973209492370> в видео от 27.01.2024 под названием «Сюрприз из Чечни. Зимние прихоти готовлю ужин. Наши покупки» рекламы посуды марки «O.M.S.» (далее – Реклама №2), в которой указаны несуществующие реквизиты рекламодателя (ИП <...> ИНН 611203001808) с признаками нарушения ч.16 ст.18.1 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛ:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области поступило заявление <...> (вх.№1682-ЭП/24 от 29.01.2024, дополнение вх.№1865-ЭП/24 от 31.01.2024) о распространении в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на канале <...> Уралочка live на видеохостинге «YouTube» по адресу <https://www.youtube.com/channel/UCnuUMrZA1wjQM275EyGTu4g> и на блог-платформе «Дзен» по адресу https://dzen.ru/id/621_f9cdc176dca653985b_15b в видео от **11.09.2023** под названием «<...> радуется своими оценками. Работаем на даче» информации, в том числе, следующего содержания: «... Тут очень хорошее средство. Сейчас открою. Покажу. Нужно для всего. Вот здесь вот такая вот паста. Это **чистящая паста**. Она универсальная. Идет вообще для всего. Нас она тоже заинтересовала. Знаете, мы заказали на Вайлдберриз. Ее можно заказать и на Ozone, и на Вайлдберриз, ну, в общем, хоть где. Короче говоря, вот эта во паста, она в такой вот банке. Как она называется? Pink Klam? Да? Glat. **PINK GLAM**. Вот такого вот розового цвета. Сейчас погодите, открою. Она пахнет, знаете, йогуртом, я бы сказала абрикосовым йогуртом. Банка большая, ее тут достаточно много, и она подходит вообще для любых поверхностей. Знаете, меня еще заинтересовала она тем, что здесь можно тоже очистить, например, и плиты, и микроволновки, и посуду, туалет, ванну, что можно, просто универсальное средство, и белую обувь...», «... Так что паста универсальная, шикарная, просто шикарная, натуральные

ингредиенты, и запах такой прям приятный, так что мы рекомендуем. Вот попробуйте, не пожалеете. В хозяйстве вообще очень, очень подойдет. Так что ссылки мы все оставим под видео, да, где она продается. Если понравится вам, пользуйтесь, ну, вот, вы видите сами, правда...»

Реклама №1



радует своими оценками. Работаем на даче.

радует своими оценками. Работаем на даче.

Уралочка live 167 тыс. подписчиков [Подписаться](#) 4,2 тыс

102 176 просмотров 11 сент. 2023 г.
Ссылка на чудо средства

<https://clc.to/pinkglam29>

Озон <https://ozon.ru/t/0D5PVaE>

Вальерес Универсальная чистящая паста средство для уборки дома кухни, PINK GLAM <https://www.wildberries.ru/catalog/91...>

НОВОЕ ПОСТУПЛЕНИЕ ТОВАРА. ЦЕНЫ ОПТОВЫЕ . МНОГО РАЗМЕРОВ ДЛЯ ПЫШНЫХ ДАМ. Телеграм

OSAA.4 <https://t.me/abduosaa4>

<https://t.me/hafizrano>

наш дзен <https://dzen.ru/id/621f9cdc176dca6539...>

наш телеграм <https://t.me/olgauralochka>

наш почта safar.azizov.88@mail.ru

Расшифровка видео

Расшифровка позволяет быстро находить в видео нужную информацию.

[Показать текст видео](#)

Уралочка live 167 тыс. подписчиков

<...> сообщила, что рекламодателем является ООО «Геолар» ИНН: 3327325323. Согласно информации из общедоступных источников организация ликвидирована 18 июня 2012. Маркировка рекламы (токен) отсутствует как в самом рекламном ролике, так и в описании к нему.

Также в заявлении <...> (вх.№1682-ЭП/24 от 29.01.2024, дополнение вх.№1865-ЭП/24 от 31.01.2024) указано о распространении в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на канале <...> Уралочка live на видеохостинге «YouTube» по адресу <https://www.youtube.com/channel/UCnuUMrZA1wjQM275EyGTu4g> и на блог-платформе «Дзен» по адресу <https://dzen.ru/video/watch/65b3f78bbb12e30bc04a776f?sid=424019973209492370> в видео от 27.01.2024 под названием «Сюрприз из Чечни. Зимние прихоти готовлю ужин. Наши покупки» рекламы посуды марки «O.M.S.», в которой указаны следующие реквизиты рекламодателя «ИП <...> ИНН 611203001808»:

Реклама №2

Скриншот видео с YouTube. В центре кадра — рука, указывающая на красную карточку с логотипом «O.M.S.». Видео имеет заголовок «Сюрприз из Чечни. Зимние прихоти готовлю ужин. Наши покупки.» и принадлежит каналу «уралочка live». В описании видео упоминается «ПОСУДА И ТЕКСТИЛЬ ТУРЦИЯ И КИТАЙ» и указаны реквизиты рекламодателя: ИП <...> ИНН 611203001808.

<...> указала следующее: «В видеоролике от 27.01.2024 года на платформе YouTube (скриншот 3) и на платформе ДЗЕН (скриншот 4) под названием «Сюрприз из Чечни. Зимние прихоти готовлю ужин. Наши покупки» автор канала рекламирует посуду. При проверке маркировки рекламы ИП <...> с таким ИНН не существует. Более того при проверке токена через единый реестр рекламных данных eigr LjN8KWZFq был использован при рекламе текстиля (Ивановский трикотаж TikiTex) от ИП <...>. При рекламе набора посуды блогер использует фразу «очень хороший набор» (скриншот 5), то есть, не испытав свойства посуды, а лишь очаровавшись внешней стороной товара, автор делает заочное заключение о том, что набор хороший, чем вводит потребителей в заблуждение. Фраза «очень хороший» относится к словам сравнительной и превосходной степеней одновременно. Согласно толковому словарю Ожегова слово «очень» означает **ОЧЕНЬ, нареч.** В сильной, высокой степени. Если рекламораспространитель использует подобные фразы, то он должен руководствоваться дополнительной информацией, доказывающей его правоту (опрос потребителей, анкетирование и т.д.), в данном случае, автор дает свою личную оценку, не закрепив ее ничем. Прошу провести проверку по данным фактам».

Под информацией в ст. 2 Федерального закона от 27.07.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (далее - Закон об информации) понимаются

сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления (п.1), а под распространением информации - действия, направленные на получение информации неопределенным кругом лиц или передачу информации неопределенному кругу лиц (п. 9).

Законодательством Российской Федерации согласно ч. 4 ст. 5 Закона об информации могут быть установлены виды информации в зависимости от ее содержания или обладателя. При этом под **рекламой** в ст. 3 Закона о рекламе 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 (п. 1); под **объектом рекламирования** – 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 (п.2); под **товаром** – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (п.3).

Реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются (п. 1.ст. 3 Закона о рекламе).

Целями Закона о рекламе являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы (ст. 1 Закона о рекламе).

По мнению ФАС России к рекламе относятся направленные на продвижение на рынке адресованные неопределенному кругу лиц сведения о:

- наименованию товара и/или его описании, характеристиках, свойствах,
- наименовании юридического лица или названии его торгового предприятия, в том числе с указанием профиля его деятельности, контактной информацией,
- результатах интеллектуальной деятельности, в частности произведениях науки, литературы и искусства; программах для электронных вычислительных машин; базах данных; изобретениях,
- названии мероприятия любого характера (культурном, спортивном и т.п.), его описании, в том числе о месте и сроках его проведения.

При этом, указание исключительно на профиль деятельности организации «Аптека», «Супермаркет», «Салон красоты» (т.е. без указания обозначения, индивидуализирующего данную организацию, - наименования, товарного знака), не подпадает под понятие рекламы.

Критерием отнесения информации к рекламе является ее **целевое назначение**.

Характер информации и ее отнесение к рекламе либо не рекламе связан исключительно с ее **целевой направленностью** на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Как указано в постановлении Конституционного Суда Российской Федерации от 04.03.1997 № 4-П, реклама рассматривается законодателем как средство продвижения товаров, работ и услуг на общий рынок Российской Федерации.

Экономической целью размещения рекламы для лица, осуществляющего производство, реализацию товара (работ, услуг), является **продвижение и продажа товара** (работ, услуг) оптовому покупателю и **конечному потребителю**.

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.

В соответствии с позицией, изложенной в пункте 16 Информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 №37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

В данном случае в рассматриваемом материале, распространенном в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на канале <...> Уралочка live, содержится информация о конкретных товарах: *чистящей пасте «PINK GLAM» и посуде марки «O.M.S.»*, приведена их характеристика, предлагается сделать заказ продукции по оставленным ссылкам под видео.

Следовательно, спорная информация является рекламой.

Согласно п.1 ч.3 ст.5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения *о преимуществах* рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В п.29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» разъяснено, что информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В связи с этим 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.

Степени сравнения — общее название трёх форм прилагательного или наречия, выражающих различные степени качества, присущего предмету, имя которого определяется этим прилагательным или наречием. Эти степени — [положительная](#), [сравнительная](#) и [превосходная](#).

По своему образованию степени сравнения имеют различные источники, и часто образуются от разных корней; это так называемые [супплетивные](#) степени сравнения. Так, например, прилагательное «хороший» (эта форма называется положительной степенью) имеет сравнительную степень «лучше» и превосходную «лучший».

Вопреки доводу заявителя, фраза «очень хороший набор» не содержит слов в сравнительной либо превосходной степени.



В части возможных признаков нарушения ч.17 ст.18.1 Закона о рекламе (недостоверные данные об идентификаторе рекламы в Рекламе №2) заявление перенаправлено по подведомственности в Управление Роскомнадзора по Уральскому федеральному округу (исх.№ДШ/1903/24 от 06.02.2024).



Согласно **ч.16 ст.18.1 Закона о рекламе** реклама, распространяемая в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», за исключением рекламы, размещенной в телепрограммах и телепередачах, радиопрограммах и радиопередачах, распространяемых в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», **должна содержать пометку «реклама», а также указание на рекламодателя такой рекламы и (или) сайт**, страницу сайта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», содержащие информацию о рекламодателе такой рекламы.

В спорной Рекламе №1 отсутствует как пометка «реклама», так и указание на рекламодателя такой рекламы и (или) сайт, страницу сайта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», содержащие информацию о рекламодателе такой рекламы, в связи с чем, указанная реклама содержит признаки нарушения ч.16 ст.18.1 Закона о рекламе.

В спорной рекламе №2 указана пометка «Реклама», в качестве рекламодателя указан «ИП <...> ИНН 611203001808». Заявитель полагает, что указанные сведения являются недостоверными. При проверке данных на официальном сайте ФНС России <https://egrul.nalog.ru/index.html> хозяйствующего субъекта с ИНН 611203001808 не обнаружено:

egrul.nalog.ru Предоставление сведений из ЕГРЮЛ/ЕГРИП в электронном виде

  ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ СВЕДЕНИЙ ИЗ ЕГРЮЛ/ЕГРИП

 ГЛАВНАЯ  О СЕРВИСЕ

ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ СВЕДЕНИЙ ИЗ ЕГРЮЛ/ЕГРИП В ЭЛЕКТРОННОМ ВИДЕ

ПОИСКОВЫЙ ЗАПРОС:*

611203001808


Искать по точному соответствию наименования юридического лица или фамилии, имени и отчеству

ВЫБРАТЬ РЕГИОНЫ:

Выберите значения из справочника

НАЙТИ

РЕЗУЛЬТАТЫ ПОИСКА

 По заданным критериям поиска данных не найдено.

ПОЛУЧИТЬ СПРАВКУ

Ответственность за нарушение требований, установленных ч.16 ст.18.1 Закона о рекламе, несет рекламодатель (ч.7 ст.38 Закона о рекламе).

Рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (п.7 ст.3 Закона о рекламе).

Заявитель сообщила, что рекламодателем является блогер <...>.

Таким образом, предполагаемым рекламодателем является <...>.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 24, 25 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утв. Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу №066/05/18.1-476/2024 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

- заявитель: <...>,

- лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства: <...>.

Назначить дело к рассмотрению на **14 марта 2024 г. в 14 час. 00 мин.** (время местное, московское время 12-00) по адресу: г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, 3 этаж, зал заседания комиссии (каб. 314) путем проведения видеоконференцсвязи через систему TrueConf, для участия в которой в указанное время необходимо перейти по ссылке <https://fas2.tconf.rt.ru/c/7402366637>

Руководство участника видеоконференцсвязи размещено по ссылке: <https://sverdlovsk.fas.gov.ru/news/11212>.

Подключение и исправность технических устройств связи необходимо проверить заблаговременно, до начала рассмотрения дела. Документы, подтверждающие полномочия лиц, участвующих в рассмотрении дела, и документы, удостоверяющие их личность, необходимо направить заблаговременно по адресу электронной почты – to66@fas.gov.ru (с сопроводительным письмом, в котором указать номер данного дела и исходящий номер данного документа).

3. <...> на основании ст.34 Закона о рекламе представить в Свердловское УФАС России в срок **до 11 марта 2024 г.** следующие документы и сведения:

- 1) копию паспорта (разворот страниц с фотографией и пропиской);
- 2) копии договоров, связанных с распространением спорной Рекламы №1 и Рекламы №2, включая все имеющиеся приложения (при наличии);
- 3) сведения о том, распространяется ли указанная реклама в настоящее время, в том числе в архиве, и в каком виде (с приложением подтверждающих материалов);
- 4) копии материалов, подтверждающих достоверность сведений о рекламодателе в Рекламе №2: «ИП <...> ИНН 611203001808»;
- 5) письменное объяснение по факту распространения рекламы с признаками нарушения рекламного законодательства, а именно, ч.16 ст.18.1 Закона о рекламе.

Явка лиц, участвующих в деле, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна.

П. 29 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. Постановлением Правительства РФ от 24 ноября 2020 г. № 1922):

Стороны и заинтересованные лица со дня возбуждения дела вправе:

- а) знакомиться с материалами дела (за исключением сведений, составляющих государственную и иную охраняемую законом тайну) и делать выписки из них;
- б) давать устные и письменные объяснения;
- в) представлять доказательства по делу и участвовать в их исследовании;
- г) заявлять ходатайства;
- д) делать заявления;
- е) возражать против заявлений и доводов других лиц;
- ж) пользоваться другими правами, предусмотренными законодательством Российской Федерации.

Председатель Комиссии

<...>