

ООО «Аксаков информ»
(редакция журнала «Aksakov Magazine»)
450900, г. Уфа, с. Нагаево, ул. Старшины
Ларина, 12Ж
parkadokumentov@mail.ru

ООО «Аксаков Информ»
450077, г. Уфа, ул. Кирова, д. 29
aksakovmagazine@mail.ru

Заявители:
- вх. № 19278-ЭП/23 от 06.12.2023
- вх. № 19459-ЭП/23 от 08.12.2023

РЕШЕНИЕ
по делу № 002/05/8-140/2024

27.03.2024 года

г. Уфа, ул. Пушкина, 95

Решение в полном объеме изготовлено «05» апреля 2024 года

Комиссия Башкортостанского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

ВРИО Председатель Комиссии:

«...»;

Члены Комиссии:

«...»;

«...»;

рассмотрев дело № 002/05/8-140/2024 возбужденное по обращению физических лиц в отношении ООО «Аксаков информ» (ОГРН 1190280007280, ИНН 0274943790) по факту распространения реклам с признаками нарушения пунктов 1, 4 части 3, части 10.1 статьи 5 и статьи 8 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе», Закон о рекламе),

в присутствии:

- «...» – представителя ООО «Аксаков информ».

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Башкортостан (далее - УФАС по РБ, антимонопольная служба) поступили обращения граждан (вх. № 19278-ЭП/23 от 06.12.2023; вх. № 19459-ЭП/23 от 08.12.2023 срок рассмотрения продлен) с жалобами на рекламную информацию.

Заявители сообщили, что в печатном СМИ журнале Aksakov Magazine (Весна 2023) (номер свидетельства ПИ № ТУ02-01664) размещена реклама с нарушением требований ФЗ «О рекламе», в частности на следующих страницах:

1. стр. 52 «Неповторимость в шоколаде» кондитерский бренд СНОСО МАФИҮА;
2. стр. 78 «Как две сестры из Уфы одевают врачей из 12 стран» компания Медицинская одежда Mariita;
3. стр. 80-81 «Красота должна быть ВСЕМ по размеру» магазин CAREESE CROSBY;
4. стр. 82 «Ювелирные украшения собственного производства» ювелирная сеть KRASNOE;

5. стр. 84 «*Быть роскошной просто*» компания RICHE Cosmetics.

6. стр. 91 «*АТОМУ атом красоты*» Самая качественная и доступная корейская косметика от мирового бренда «Атоми» корейская компания «Атоми»

7.стр. 106 «*Когда не знаешь, что подарить, чайный набор выручает всегда!*» компания Без суеты подарки

8. стр. 129 «*JANET BUKET цветочная мастерская*» компания цветочная мастерская JANET BUKET

9. стр. 133 «*Империя сумок. Все для ваших путешествий*» магазин Империя сумок

10. на задней обложке журнала «*Эта бренд про этичность и натуральность компонентов. С заботой о вашем теле и красоте*» бренд SL LABORATORIES

11. стр. 72 «*Шторы всем на зависть*» магазин Мастер декор

12. стр. 89-90 «*Красота до кончиков волос. Интервью с Рустамом и Ралией Гареевыми*» компания MIRRA Cosmetics.

По мнению Заявителей, в рекламах отсутствует информация о продавцах, осуществляющих дистанционную продажу товаров, содержатся не соответствующие действительности сведения, а также отсутствует знак информационной продукции (возрастное ограничение).

05.02.2024 года Башкортостанским УФАС России, в порядке части 2 статьи 36 Закона о рекламе возбуждено дело № 002/05/8-140/2024 по признакам нарушения требований пунктов 1, 4 части 3, части 10.1 статьи 5 и статьи 8 ФЗ «О рекламе». К участию в деле привлечены:

• **Заявители:**

- вх. № 19278-ЭП/23 от 06.12.2023.

- вх. № 19459-ЭП/23 от 08.12.2023.

• **Лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:**

- ООО «Аксаков информ» (ОГРН 1190280007280, ИНН 0274943790).

Рассмотрение дела назначено на 27.02.2024 года.

27.02.2024 года на заседании Комиссии по рассмотрению дела № 002/05/8-140/2024 по признакам нарушения законодательства о рекламе присутствовали:

- «...» – генеральный директор, учредитель ООО «Аксаков информ».

«...» – адвокат, представитель ООО «Аксаков информ».

Обществом представлены сведения в рамках дела (вх. № 3114-ЭП/24 электронная почта).

Заявлено устное ходатайство об отложении дела для ознакомления с материалами. Ходатайство удовлетворено.

Комиссия Башкортостанского УФАС России определила: 1. продлить срок рассмотрения дела. 2. рассмотрение дела отложить на 12.03.2024 года.

12.03.2024 года на заседании Комиссии по рассмотрению дела № 002/05/8-140/2024 по признакам нарушения законодательства о рекламе присутствовал:

- «...» – адвокат, представитель ООО «Аксаков информ».

Озвучена позиция, представлены сведения (вх. № 3888/24). Заявлено устное ходатайство об отложении дела для предоставления дополнительной информации. Ходатайство удовлетворено.

Комиссия Башкортостанского УФАС России определила: 1. рассмотрение дела отложить на 27.03.2024 года.

От ООО «Аксаков информ» поступили дополнительные сведения и пояснения в рамках дела (вх. № 4441-ЭП/24 от 21.03.2024 электронная почта), (вх. № 4818-ЭП/24 от 26.03.2024).

27.03.2024 года на заседании Комиссии по рассмотрению дела № 002/05/8-140/2024 по признакам нарушения законодательства о рекламе присутствовал:

- «...» – адвокат, представитель ООО «Аксаков информ».

Озвучена позиция, представлены пояснения (вх. № 4875/24).

Исследовав материалы дела, заслушав пояснения, Комиссия пришла к выводу, что информация, размещенная в печатном СМИ журнале Aksakov Magazine (Весна 2023) (номер свидетельства ПИ № ТУ02-01664) на следующих страницах:

1. стр. 52 «*Неповторимость в шоколаде*» кондитерский бренд CHOCO MAFIYA;

2. стр. 78 «Как две сестры из Уфы одевают врачей из 12 стран» компания Медицинская одежда Mariita;
3. стр. 80-81 «Красота должна быть ВСЕМ по размеру» магазин CAREESE CROSBY;
4. стр. 82 «Ювелирные украшения собственного производства» ювелирная сеть KRASNOE;
5. стр. 84 «Быть роскошной просто» компания RICHE Cosmetics.
6. стр. 91 «АТОМУ атом красоты» Самая качественная и доступная корейская косметика от мирового бренда «Атоми» корейская компания «Атоми»
- 7.стр. 106 «Когда не знаешь, что подарить, чайный набор выручает всегда!» компания Без суеты подарки
8. стр. 129 «JANET BUKET цветочная мастерская» компания цветочная мастерская JANET BUKET
9. стр. 133 «Империя сумок. Все для ваших путешествий» магазин Империя сумок
10. на задней обложке журнала «Эта бренд про этичность и натуральность компонентов. С заботой о вашем теле и красоте» бренд SL LABORATORIES
11. стр. 72 «Шторы всем на зависть» магазин Мастер декор
12. стр. 89-90 «Красота до кончиков волос. Интервью с Рустамом и Ралией Гареевыми» компания MIRRA Cosmetics, нарушает требования ФЗ «О рекламе». При этом Комиссия исходит из следующего.

В соответствии с пунктами 1, 2, 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, 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.

Объект 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.

Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

По смыслу законодательного определения рекламой считается та информация, которая, во-первых, была распространена, во-вторых, адресована неопределенному кругу лиц, в-третьих, направляет внимание и интерес на объект рекламирования, в-четвертых, имеет цель продвинуть объект рекламы на рынок. Иными словами, реклама призвана выделить рекламируемый объект из ряда других объектов и привлечь к нему внимание, а также побуждать лиц из числа неопределенного круга, среди которых распространялась реклама, обратиться за приобретением товара.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками:

- распространена в журнале «Aksakov Magazine» весна 2023 (дата подписи в печать: 01.03.2023 года)
- является общедоступной для восприятия неопределенного круга лиц и не является персонафицированной.
- направлена на привлечения внимания потребителей к услугам и товарам, предоставляемым соответствующим рекламодателем и осуществляемой им деятельности и способствует формированию интереса к реализуемым товарам и их продвижение на рынке.
- объектом рекламирования выступают:

- «Неповторимость в шоколаде» кондитерский бренд CHOCO MAFIYA на привлечения внимания, к которому направлена реклама (*изделия CHOCO MAFIYA заказывают не только в Уфе...особо популярные наборы представлены на Wildberries...ассортимент регулярно обновляется... вы можете найти актуальный товар...индивидуальный подход к клиентам...работает с физическими и юридическими лицами...бонуса получают бесплатную доставку, короткие сроки изготовления, всю необходимую документацию и подарки...*) Указаны

контактные данные лица (номера телефона);

- *«Как две сестры из Уфы одевают врачей из 12 стран»* Медицинская одежда Mariita на привлечения внимания, к которому направлена реклама (*«...все вещи уникальные...наши клиенты - врачи...ежемесячно обновляем коллекции...онлайн-продвижение, начались звонки от оптовиков...у нас линейка в среднем сегменте, и сейчас мы хотим запустить V.I.P. линейку...»*). Указаны контактные данные лица (номера телефонов, адрес сайта, qr-code).

- *«Красота должна быть ВСЕМ по размеру»* магазин CAREESE CROSBY на привлечения внимания, к которому направлена реклама (*«...огромный выбор белья: 140 размеров бюстгалтеров, а также боди, трусики, топы, купальники и корректирующее бельё. Бюстгалтеры для кормящих женщин и тех, кто перенес мастэктомию. На каждый размер пояса идёт 15 размеров чашечки, поэтому бельё от CAREESE CROSBY любую грудь может любую грудь превратить в произведение искусства, облаченного в ткань...»*). Указаны контактные данные лица (адрес, номер телефона, адрес сайта, qr-code);

- *«Ювелирные украшения собственного производства»* ювелирная сеть KRASNOE на привлечения внимания, к которому направлена реклама (*«...при изготовлении используются качественные материалы: натуральные, драгоценные и полудрагоценные камни. Заказы выполняются по индивидуальному эскизу. Также в мастерской производится ремонт ювелирных изделий...»*). Указаны контактные данные лица (адреса, адрес сайта);

- *«Быть роскошной просто»* компания RICHE Cosmetics на привлечения внимания, к которому направлена реклама (*«...средства от лучших мировых брендов, представленных в интернет-магазине Riche...косметика премиальных брендов...подробнее ознакомиться с представленными косметическими и уходовыми средствами можно, отсканировав QR-code...»*). Указаны контактные данные лица (адрес сайта, qr-code);

- *«АТОМУ атом красоты»* Самая качественная и доступная корейская косметика от мирового бренда «Атоми» корейская компания «Атоми» на привлечения внимания, к которому направлена реклама, путем перечисления положительных качеств (*«...Атоми-компания, которая чтит традиции и заботится о душе каждого потребителя...во главе угла компании абсолютное качество по абсолютной цене...качество, которое никто больше не может предложить на рынке. И самая низкая цена в результате авансирования производства на 2 года вперед...В Атоми можно приобрести следующую продукцию: уходовые и лечебные средства для лица, тела и волос, декоративную косметику, витаминные комплексы для всей семьи и т.д...ассортимент интернет-магазина состоит из более чем 600 наименований товаров повседневного спроса...»*). Указаны контактные данные лица (адреса, номера телефонов, адрес сайта);

- *«Когда не знаешь, что подарить, чайный набор выручает всегда!»* компания Без суеты подарки, на привлечения внимания, к которому направлена реклама, путем перечисления положительных качеств (*«...у нас вы можете подобрать мужские и женские боксы, уникальные чайные букеты и наборы. С удовольствием выполним корпоративные заказы по вашему желанию и бюджету»*). Указаны контактные данные лица (номер телефона, Wildberries Без суеты подарки);

- *«JANET BUKET цветочная мастерская»* компания цветочная мастерская JANET BUKET на привлечения внимания, к которому направлена реклама (*«...букеты безупречной свежести и стиля...конечно, есть бережная доставка...»*). Указаны контактные данные (адреса магазинов, номер телефона, адрес интернет-магазин, qr-code);

- *«Империя сумок. Все для ваших путешествий»* магазин Империя сумок, на привлечения внимания, к которому направлена реклама (*товары сети магазинов Империя сумок*). Указаны контактные данные (адреса магазинов, номер телефона, адрес интернет-магазин imperiasumok.ru).

- на задней обложке журнала *«Эта бренд про этичность и натуральность компонентов. С заботой о вашем теле и красоте»* бренд SL LABORATORIES реклама направлена на привлечение внимания (*к товарам бренда sv laboratories*). Указан контактные данные (адрес интернет-магазин, QR-code продукция на Wildberries);

- *«Шторы всем на зависть»* магазин Мастер декор на привлечения внимания, к

которому направлена реклама («...в «Мастер штор» широкий выбор жалюзи, штор и карнизов, выполненных из стильных и качественных материалов, а также инновационные разработки...в наличии еще есть перголы, навесы и специальные проекты нестандартных конструкции по затемнению...»). Указаны контактные данные лица (номер телефона, адрес сайта, адрес телеграмм канала, qr-code).

- «Красота до кончиков волос. Интервью с Рустамом и Ралией Гареевыми» компания MIRRA Cosmetics декор на привлечение внимания, к которому направлена реклама («бразильский бренд косметики MIRRA Cosmetics»). Указаны контактные данные лица (адреса, номера телефонов, адреса сайтов, адрес телеграмм канала, QR-code).

Рассматриваемая информация формирует и поддерживает потребительский интерес к данным товарам, что направлено на положительное выделение услуг и стимулирование потенциальных потребителей рекламы к обращению к данным хозяйствующим субъектам.

- целью распространения рекламы является увеличение спроса на рекламируемый товар (услуги).

Факт признания указанных объявлений рекламными, ООО «Аксаков информ» не оспаривается.

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

Статьей 8 Федерального закона «О рекламе» установлено, что в рекламе товаров при дистанционном способе их продажи должны быть указаны сведения о продавце таких товаров: наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя; фамилия, имя, отчество, идентификационный номер налогоплательщика - физического лица, не являющегося индивидуальным предпринимателем и применяющего специальный налоговый режим «Налог на профессиональный доход» на период действия Федерального закона от 27 ноября 2018 года N 422-ФЗ «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход».

Согласно части 1 статьи 26.1 Закона от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей» Договор розничной купли-продажи может быть заключен на основании ознакомления потребителя с предложенным продавцом описанием товара посредством каталогов, проспектов, буклетов, фотоснимков, средств связи (телевизионной, почтовой, радиосвязи и других) или иными исключаящими возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора (дистанционный способ продажи товара) способами.

Согласно части 2 статьи 26.1 Закона от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей» продавцом до заключения договора должна быть предоставлена потребителю информация об основных потребительских свойствах товара, об адресе (месте нахождения) продавца, о месте изготовления товара, о полном фирменном наименовании (наименовании) продавца (изготовителя), о цене и об условиях приобретения товара, о его доставке, сроке службы, сроке годности и гарантийном сроке, о порядке оплаты товара, а также о сроке, в течение которого действует предложение о заключении договора.

В соответствии с Постановлением Правительства РФ от 31.12.2020 N 2463 «Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование потребителя о безвозмездном предоставлении ему товара, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, на период ремонта или замены такого товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену, а также о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации», при дистанционном способе продажи товара продавец предоставляет потребителю полную и достоверную информацию, характеризующую предлагаемый товар, посредством ее размещения на сайте и (или) странице сайта в сети "Интернет", и (или) в программе для электронных вычислительных машин, и (или) в средствах связи (телевизионной,

почтовой, радиосвязи и др.), и (или) в каталогах, буклетах, проспектах, на фотографиях или в других информационных материалах Обязанность продавца, предусмотренная пунктом 3 статьи 26.1 Закона Российской Федерации "О защите прав потребителей", признается исполненной также в случае предоставления потребителю информации с помощью электронных и иных технических средств. (п.18).

Юридические лица, зарегистрированные на территории Российской Федерации и осуществляющие продажу товаров дистанционным способом продажи товара на территории Российской Федерации, обязаны указывать полное фирменное наименование (наименование), основной государственный регистрационный номер, адрес и место нахождения, адрес электронной почты и (или) номер телефона.

Индивидуальные предприниматели, зарегистрированные на территории Российской Федерации и осуществляющие продажу товаров дистанционным способом продажи товара на территории Российской Федерации, обязаны указывать фамилию, имя, отчество (при наличии), основной государственный регистрационный номер, адрес электронной почты и (или) номер телефона.

Указанная информация доводится до потребителя посредством ее размещения на сайте (при его наличии) и (или) странице сайта в сети «Интернет» (при его наличии), а также в программе для электронных вычислительных машин (при ее наличии) (п.19).

С учетом этого, при распространении в журнале рекламы при дистанционном способе их продажи, нарушены требования статьи 8 ФЗ «О рекламе», поскольку не указаны сведения о продавце товара.

Кроме того, на стр. 91 содержатся не соответствующие действительности сведения о товаре.

В соответствии с п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит информацию о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

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 слова «самая», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Спорная информация содержит утверждение – *«Самая качественная и доступная корейская косметика от мирового бренда «Атоми»*, при отсутствии критериев, имеющих объективное подтверждение.

На стр. 90-91 журнала находится рекламный материал под названием *«Красота до кончиков волос. Интервью с Рустамом и Ралией Гареевыми»* с указанием и проведение предстоящего Чемпионата:

*«Второй Республиканский Чемпионат
по наращиванию волос», который будет
проходит 25 апреля в ВДНХ-Экспо в Уфе»*

без знака информационной продукции (возрастное ограничение).

Частью 10.1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» установлено, что не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», без указания категории данной информационной продукции.

Закон о защите детей вводит необходимость присвоения информационной продукции соответствующей категории.

Статьей 2 Федерального закона от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (далее - ФЗ «О защите детей от

информации, причиняющей вред их здоровью и развитию») установлены следующие понятия:

- знак информационной продукции - графическое и (или) текстовое обозначение информационной продукции в соответствии с классификацией информационной продукции, предусмотренной частью 3 статьи 6 настоящего Федерального закона;

- зрелищное мероприятие - демонстрация информационной продукции в месте, доступном для детей, и в месте, где присутствует значительное число лиц, не принадлежащих к обычному кругу семьи, в том числе посредством проведения театрально-зрелищных, культурно-просветительных и зрелищно-развлекательных мероприятий;

- информационная продукция - предназначенные для оборота на территории Российской Федерации продукция средств массовой информации, печатная продукция, аудиовизуальная продукция на любых видах носителей, программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ) и базы данных, а также информация, распространяемая посредством зрелищных мероприятий, посредством информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети "Интернет", и сетей подвижной радиотелефонной связи.

Согласно части 3 статьи 6 ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» классификация информационной продукции осуществляется в соответствии с требованиями указанного Федерального закона по следующим категориям информационной продукции:

- 1) информационная продукция для детей, не достигших возраста шести лет;
- 2) информационная продукция для детей, достигших возраста шести лет;
- 3) информационная продукция для детей, достигших возраста двенадцати лет;
- 4) информационная продукция для детей, достигших возраста шестнадцати лет;
- 5) информационная продукция, запрещенная для детей.

Сведения, полученные в результате классификации информационной продукции, указываются ее производителем или распространителем в сопроводительных документах на информационную продукцию и являются основанием для размещения на ней знака информационной продукции и для ее оборота на территории Российской Федерации (часть 6 статьи 6 ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»).

Производителем и (или) распространителем информационной продукции осуществляется обозначение ее категории знаком информационной продукции и (или) текстовым предупреждением об ограничении распространения информационной продукции среди детей с указанием цифры и знака «плюс» или соответствующего текстового предупреждения (статья 12 ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»).

1) применительно к категории информационной продукции для детей, не достигших возраста шести лет, - в виде цифры "0" и знака "плюс";

2) применительно к категории информационной продукции для детей, достигших возраста шести лет, - в виде цифры "6" и знака "плюс" и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания "для детей старше шести лет";

3) применительно к категории информационной продукции для детей, достигших возраста двенадцати лет, - в виде цифры "12" и знака "плюс" и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания "для детей старше 12 лет";

4) применительно к категории информационной продукции для детей, достигших возраста шестнадцати лет, - в виде цифры "16" и знака "плюс" и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания "для детей старше 16 лет";

5) применительно к категории информационной продукции, запрещенной для детей, - в виде цифры "18" и знака "плюс" и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания "запрещено для детей".

Таким образом, системный анализ приведенных норм свидетельствует о том, что Федеральным законом от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ в целях обеспечения информационной безопасности детей предусмотрено обязательное размещение производителем и (или) распространителем на информационной продукции знака информационной продукции, независимо от ее категории.

Вместе с тем нормы Федерального закона «О рекламе» не закрепляют, каким именно образом должно быть сделано указание на категорию информационной продукции в рекламе, соответственно такое указание может быть сделано любым способом, позволяющим обозначить категорию рекламируемой информационной продукции, - как предусмотренным частью 1 статьи 12 Закона о защите детей, так и иным образом.

С учетом изложенного, указанная реклама в печатном СМИ в журнале Aksakov Magazine (Весна 2023) распространена без знака информационной продукции, что нарушает требования части 10.1 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Факт правонарушения ООО «Аксаков информ» не оспаривается.

Признаки нарушения требований пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе на стр. 82 не нашли подтверждения, так как фраза «*в сети салонов действует скидки до 40%*» не налагает на рекламодателя обязанность по указанию в содержании текста о сроках данных скидок, и об ассортименте такой продукции. Доказательств о недостоверности указанного утверждения в материалы дело не представлено.

Ответственность за нарушение указанных статей Закона о рекламе (п.1 ч.3, ч.10.1 ст.5 и ст.8), в соответствии с частью 7 статьи 38 данного Закона, возложена на рекламораспространителя и рекламодателя.

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (пункт 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе»).

Рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму (пункт 6 статьи 3 ФЗ «О рекламе»).

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

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 (часть 8 статьи 38 ФЗ «О рекламе»).

Из пояснений представленных ООО «Аксаков информ» следует, что Общество выступило рекламопроизводителем и рекламораспространителем данных реклам.

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Комиссией принято решение предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе Обществу не выдавать, так как период распространения реклам был ограничен тиражом журнала (март 2023), а сведения о продолжении распространения аналогичных реклам в последующих выпусках журнала в материалы дела не представлено.

Комиссия также отмечает следующее.

Частью 4 статьи 38 Закона о рекламе, частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) предусмотрена административная ответственность за нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе.

Исходя из части 1 статьи 4.5 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении за нарушение законодательства о рекламе не может быть вынесено по истечении одного года со дня совершения административного правонарушения.

Пунктом 5 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» закреплено, что рассматривая дела о привлечении лиц к административной ответственности за нарушение законодательства о рекламе, суды должны учитывать, что срок давности привлечения к административной ответственности начинается течь с момента совершения такого правонарушения,

а не с момента принятия антимонопольным органом решения о нарушении законодательства о рекламе.

В случае размещения спорной рекламы в средствах массовой информации сроки давности привлечения к административной ответственности за данные правонарушения исчисляются со дня последнего распространения рекламы в средстве массовой информации.

Если спорная реклама размещена в средстве массовой информации, выпущенном тиражом, срок давности привлечения к административной ответственности за указанное правонарушение исчисляется со дня начала распространения соответствующего тиража этого средства массовой информации.

Так как реклама была распространена в СМИ – журнал Aksakov Magazine (Весна 2023 дата выхода в печать 01.03.2023) годичный срок давности привлечения к административной ответственности истек.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 42-48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ООО «Аксаков информ» рекламопроизводителем и рекламораспространителем реклам.

2. Признать рекламы (Стр. 52, 72, 78, 80-81, 82, 84, 89-90, 91, 106, 129, 133, задняя обложка журнала) ненадлежащими, поскольку в них нарушены требования статьи 8 ФЗ «О рекламе» и требования пункта 1 части 3 (Стр. 91) и части 10.1 (Стр. 90-91) статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

3. Предписание о прекращении нарушений требований законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать в связи с отсутствием оснований для его выдачи.

4. Не передавать материалы дела для возбуждения административного производства, предусмотренного статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

ВРИО председателя Комиссии

«...»

Члены Комиссии

«...»

«...»