

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

РЕШЕНИЕ
по делу № 002/05/5-141/2024

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 № 002/05/5-141/2024 возбужденное по обращению физического лица в отношении ООО «Аксаков информ» (ОГРН 1190280007280, ИНН 0274943790) по факту распространения реклам с признаками нарушения части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе», Закон о рекламе),

в присутствии:

- «...» (ордер от 27.02.2024) – представителя ООО «Аксаков информ».

УСТАНОВИЛА:

06.12.2023 года в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Башкортостан (далее - УФАС по РБ, антимонопольная служба) поступило заявление гражданина (вх. № 19278-ЭП/23 электронная почта срок рассмотрения продлен) с жалобой на рекламную информацию.

Заявитель сообщил, 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. 8-9 - «С нуля до крупной цифры».
2. Стр. 31 – «Мужчинам вход воспрещен!».
3. Стр. 100 – «Как похудеть к лету без стресса?».
4. Стр. 132 – «Bruderfest кухни народов мира 15 лет».

По мнению Заявителя в указанных рекламах отсутствует знак информационной продукции (возрастное ограничение).

05.02.2024 года Башкортостанским УФАС России, в порядке части 2 статьи 36 Закона о рекламе возбуждено дело № 002/05/5-141/2024 по признакам нарушения требований части 10.1 статьи 5 ФЗ «О рекламе». К участию в деле привлечены:

• **Заявители:**

- вх. № 19278-ЭП/23 от 06.12.2023.

• **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 № 002/05/5-141/2024 по признакам нарушения законодательства о рекламе присутствовали:

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

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

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 № 002/05/5-141/2024 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 № 002/05/5-141/2024 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. 8-9 - «С нуля до крупной цифры».

2. Стр. 31 – «Мужчинам вход воспрещен!».

3. Стр. 100 – «Как похудеть к лету без стресса?».

4. Стр. 132 – «Bruderschaft кухни народов мира 15 лет», 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 печатном СМИ в журнале Aksakov Magazine (Весна 2023).
- 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:

- *«С нуля до крупной цифры»* - ООО «Цифра Брокер» на привлечения внимания, к которому направлена реклама, путем перечисления положительных качеств Общества (...сегодня «Цифра брокер» в Уфе – это серьезный игрок на рынке инвестиционных услуг нашего города. У нас два офиса, 15 сотрудников, большие тысячи клиентов, а сумма клиентских активов, по которым мы даем рекомендации, достигает нескольких миллиардов рублей...В уфимском филиале «Цифра брокер» мы собрали команду специалистов, которые прекрасно разбираются в принципах функционирования рынков, депозитариев, рыночной инфраструктуры, имеют большой опыт торговли на биржах в любой рыночной ситуации и готовы им поделиться...) и учебный курс по инвестированию на фондовом рынке (...мы открываем учебный курс по инвестированию, который подойдет как новичкам, так и тем, кто уже имеет опыт самостоятельной торговли. Мы рассмотрим все основные темы, начиная от принципов функционирования рынка ценных бумаг, до построения собственной торговой системы...). Указаны контактные данные лица (адреса, номера телефонов, адреса сайтов).

- *Мужчинам вход воспрещен!* – клуб «Настоящая Я» на привлечения внимания, к которому направлена реклама, путем упоминания о положительных моментах участия в клубе (...это возможность расширить свой кругозор...каждый обед или встреча заканчиваются какой то новой коллаборацией... вы получите поддержку в окружении сильных, успешных девушек...также каждая участница получает возможность продвигать свои услуги и получать новых клиентов...). Указаны контактные данные (адрес телеграмм канала клуба).

- *Как похудеть к лету без стресса?* – спортивный проект «МАТУР SPORT» на привлечения внимания, к которому направлена реклама (снизить вес комфортно физически и психологически можно... хочешь похудеть? Придерживайся рекомендаций от «МАТУР SPORT»... они дают результат уже на второй недели – снижается вес, подтягивается живот, уходят отеки и головные боли... В нашей семье «матурчиков» каждая женщина получает от нас поддержку, мотивацию и заряд энергии, чтобы достичь поставленной цели... МАТУР SPORT – это умный фитнес. Мы не работаем по шаблону и для каждой женщины подбираем онлайн программу, опираясь на ее самочувствие, данные из анкеты и поставленную цель...Хочешь снизить вес комфортно, без стресса и навсегда попрощаться с лишними кг без вреда для женского здоровья? Мы на связи!). Указаны контактные данные (адрес, номер телефона, адрес сайта).

- *Bruderfest кухни народов мира 15 лет* – гастрономический фестиваль Bruderfest 15 лет на привлечения внимания, к которому направлена реклама (... мы решили сделать праздник особенным. Мы приготовили тематический сюрприз... на фестивале состоится показ лампового кино...вас ждут фирменные мерчи и фестивальное пиво. Мероприятие открытое! Рекомендуем заранее забронировать проживание в загородном клубе «Бухта Кила»). Указан номер телефона отдела бронирования.

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.

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 № 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 № 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.

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.

Ответственность за нарушение данной нормы ФЗ «О рекламе», в соответствии с частью 7 статьи 38 данного Закона, возложена на рекламораспространителя.

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 ненадлежащими, поскольку в них нарушены требования части 10.1 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

«...»

«...»