

<...>

Заявитель: вх. № 4007/23 от 15.03.2023

РЕШЕНИЕ

по делу № 002/05/21-859/2023

05.06.2023 года

г. Уфа, ул. Пушкина, 95

Решение в полном объеме изготовлено «16» июня 2023 года

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

Председатель Комиссии:

<...>;

Члены Комиссии:

<...>;

<...>;

рассмотрев дело № 002/05/21-859/2023 возбужденное по обращению физического лица в отношении <...>, по факту распространения рекламы с признаками нарушения пункта 8 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе», Закон о рекламе),

в присутствии:

- <...> путем использования систем видео-конференц-связи;

УСТАНОВИЛА:

15.03.2023 года в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Башкортостан (далее - УФАС по РБ, антимонопольная служба) через прокуратуру Янаульского района (вх. № 4007/23 срок рассмотрения продлен) поступило заявление гражданина с жалобой на ненадлежащую рекламную информацию алкогольной продукции. Аналогичное по содержанию обращение также поступило через Министерство торговли и услуг Республики Башкортостан (вх. № 4377/23 от 21.03.2023).

Заявитель сообщил, что в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на сайте социальной сети «В Контакте» - https://vk.com/yanaul_serdce (сообщество Янаул, Он в сердце нашем!) размещена рекламная информация алкогольной продукции https://vk.com/yanaul_serdce?w=wall-77296_195410 с признаками нарушения Закона о рекламе следующего содержания:



В рамках рассмотрения обращения специалистами Башкортостанского УФАС России осуществлен осмотр сайта социальной сети «В Контакте» https://vk.com/yanaul_serdce, конкретно спорного информационного материала по адресу - https://vk.com/yanaul_serdce?w=wall-77296_195410, о чем составлен осмотр от 20.03.2023 года с приложением фотоматериалов. Установлено, что спорная информация размещена 09.02.2023 года в 16 часов 00 минут.

ООО «В Контакте» представлена информация (вх. № 5755/23 от 13.04.2023), что рассматриваемый информационный материал по адресу https://vk.com/yanaul_serdce?w=wall-77296_195410 размещен Пользователем персональной страницы <https://vk.com/id3889021>, который зарегистрирован на сайте под именем « » и при регистрации указал следующие сведения: • номер телефона - <...> • адрес электронной почты – <...>.

Оператором связи (ПАО «ВымпелКом») сообщено, что абонентский номер <...> выделен по договору об оказании услуг связи № от 29.12.2016 года клиенту <...> (вх. № 6942-ЭП/23 от 04.05.2023).

11.05.2023 года Башкортостанским УФАС России, в порядке части 2 статьи 36 Закона о рекламе возбуждено дело № 002/05/21-859/2023 по признакам нарушения требований пункта 8 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе». К участию в деле привлечены:

• **Заявитель:**

- вх. № 4007/23 от 15.03.2023.

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

- <...>.

Рассмотрение дела назначено на 05.06.2023 года.

31.05.2023 года <...> 03.02.2023 представлены письменные пояснения относительно рассматриваемых обстоятельств и сведения (документы и материалы) в рамках дела (вх. № 8444-ЭП/23 электронная почта).

05.06.2023 года на заседании Комиссии по рассмотрению дела № 002/05/21-859/2023 по признакам нарушения законодательства о рекламе путем использования

систем видео-конференц-связи присутствовал:

- <...> (ходатайство о ВКС от 01.06.2023 № 8472-ЭП/23). Озвучена позиция.

Исследовав материалы дела, заслушав пояснения, Комиссия пришла к выводу, что реклама, распространенная 09.02.2023 года в 16 часов 00 минут в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на сайте социальной сети «В Контакте» - https://vk.com/yanaul_serdce (сообщество Янаул, Он в сердце нашем!) следующего содержания:



(https://vk.com/yanaul_serdce?w=wall-77296_195410)

Нарушает пункт 8 часть 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе». При этом Комиссия исходила 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 информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на сайте социальной сети «В Контакте» - https://vk.com/yanaul_serdce (сообщество Янаул, Он в сердце нашем!).

- является общедоступной для восприятия неопределенного круга лиц (пользователей сети интернет).

- направлена на привлечения внимания потребителей к услугам и товарам, предоставляемым соответствующим рекламодателем (магазин «ПивМастер») и осуществляемой им деятельности и способствует формированию интереса к реализуемым товарам и их продвижение на рынке (*акция три литра пива по цене двух*).

- объектом рекламирования в частности выступает продавец товара (реклама содержит средство индивидуализации хозяйствующего субъекта – наименование и адрес) и его деятельность по реализации алкогольной продукции, представляющей собой пиво.

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

Факт признания информации рекламной не оспаривается.

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

Требования к рекламе алкогольной продукции содержатся в статье 21 Федерального закона «О рекламе».

Так, согласно пункту 8 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При этом в соответствии с частью 4 статьи 2 ФЗ «О рекламе» специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

Из пункта 16 информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 следует, что информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Пунктом 2 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (Пленум № 58), установлено, что при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы судам необходимо учитывать, что размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту

рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака). В этом случае данная информация должна быть исследована судом на предмет соответствия требованиям, предъявляемым Законом о рекламе к рекламе, в том числе установленным главой 3 Закона о рекламе в отношении отдельных видов товаров.

Указание сведений, формирующих интерес к пиву, как напитку, в рекламе, объектом рекламирования которой выступает продавец товаров, позволяет сделать однозначный вывод о том, что объектом рекламирования выступает деятельность такого лица по продаже алкогольной продукции, представляющей собой пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива.

В соответствии с пунктом 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» под алкогольной продукцией понимается пищевая продукция, которая произведена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как спиртные напитки (в том числе водка, коньяк), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

Таким образом, к алкогольной продукции относится пиво. Учитывая изложенное, рекламная информация нарушает требования пункта 8 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

<...> факт нарушения не оспаривается, сообщено следующее: «Я действительно являлся администратором группы социальной сети «В Контакте» «Янаул, он в сердце нашем». Поясняя, что в настоящее время администратором не являюсь. Получив уведомление о возбуждении дел, я обратился к владельцу группы с просьбой об удалении публикации, содержащей в себе признаки нарушения законодательства о рекламе, и данные публикации были удалены. Так как я больше не являюсь администратором группы, переписка с заказчиком мне недоступна. Таким образом, у меня нет сведений о том, кто именно заказывал рекламу. На момент размещения рекламы не знал, что это нарушает какие-либо положения законодательства...».

Ответственность за нарушение пункта 8 части 2 статьи 21 Закона о рекламе, в соответствии с частью 7 статьи 38 данного Закона, возложена на рекламодателя.

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

Материалами дела установлено, что <...> выступил рекламодателем указанной рекламы. Данный факт не оспаривается.

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.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

В силу пункта 54 Правил при добровольном устранении лицом (лицами) совершенного нарушения антимонопольный орган вправе не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. В этом случае основания нецелесообразности выдачи предписания излагаются в мотивировочной части решения по делу.

Комиссией принято решение предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать, так как на момент принятия решения рекламная информация не распространяется (запись удалена, осмотр от 05.06.2023 года).

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 <...> рекламораспространителем рекламы.
2. Признать ненадлежащей рекламу, распространенную 09.02.2023 года в 16 часов 00 минут в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на сайте социальной сети «В Контакте» - https://vk.com/yanaul_serdce (сообщество Янаул, Он в сердце нашем!) https://vk.com/yanaul_serdce?w=wall-77296_195410, поскольку в ней нарушены требования пункта 8 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».
3. В соответствии с пунктом 54 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать.
4. Передать 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.

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>