



УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

РЕШЕНИЕ

по делу №066/05/18.1-476/2024

22.04.2024

г. Екатеринбург

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (Приказ от 08.06.2023 №248/23) в составе:

председатель Комиссии <...> – заместитель руководителя Управления,

члены Комиссии: <...> - начальник отдела контроля органов власти,

<...> – заместитель начальника отдела контроля органов власти,

при участии:

- заявитель: <...>, извещена, участие не обеспечено,

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

<...> – извещена, участие не обеспечено,

рассматривая дело №066/05/18.1-476/2024 по факту распространения 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/621f9cdc176dca653985b15b> в видео от 11.09.2023 под названием «<...> радуется своими оценками. Работаем на даче» рекламы чистящей пасты «PINK GLAM» (далее также – 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; в видео от 27.01.2024 под названием «Сюрприз из Чечни. Зимние прихоти готовлю ужин. Наши покупки» рекламы посуды марки «O.M.S.» (далее также – Реклама №2), в которой указаны несуществующие реквизиты рекламодателя (ИП <...> ИНН 611203001808); в видео от 23.02.2024 под названием «Три огромных посылки из Чечни. В магазин за овощами и не только» (далее также – Реклама №3) рекламы канала блогера «Киса Чечня», чье наименование озвучено в ролике, а контакты указаны в описании к ролику (youtube.com/...dTrLvOk28 Телеграм киса Чечня t.me/kisaablogrer), а также поставляемой указанным блогером продукции: посуды марки «O.M.S.», концентрированного средства для мытья посуды, капсул для стирки и чистящего средства для всех поверхностей «antabax», кондиционера для белья в гранулах «Lenor», туалетной воды «Yara», «Saheb», набора мыла «Dex», 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, с признаками нарушения ч.16 ст.18.1 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

Дело №066/05/18.1-476/2024 по признакам нарушения рекламного законодательства возбуждено Определением от 16.02.2024 (исх.№ДШ/2629/24 от 16.02.2024) по итогам рассмотрения заявления <...> (вх.№1682-ЭП/24 от 29.01.2024, дополнение вх.№1865-ЭП/24 от 31.01.2024), и назначено к рассмотрению на 14.03.2024 в 14-00.

При рассмотрении дела 14.03.2024 Комиссия в целях процессуальной экономии, для полного, всестороннего и объективного рассмотрения всех обжалуемых заявителем материалов, распространенных на видеохостинге «YouTube» по адресу <https://www.youtube.com/channel/UCnuUMrZA1wjQM275EyGTu4g> и на блог-платформе «Дзен» по адресу <https://dzen.ru/id/621f9cdc176dca653985b15b>, приобщила заявление <...> (вх.№3774-ЭП/24 от 26.02.2024) к материалам дела 066/05/18.1-476/2024 для их совместного рассмотрения. Определением от 14.03.2024 (исх.№ДШ/4424/24 от 18.03.2024) рассмотрение дела отложено на 22.04.2024.

<...> в заявлении (вх.№1682-ЭП/24 от 29.01.2024, дополнение вх.№1865-ЭП/24 от 31.01.2024) сообщила 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/621f9cdc176dca653985b15b> в видео от **11.09.2023** под названием «<...> радуется своими оценками. Работаем на даче» рекламы чистящей пасты «PINK GLAM», 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

<...> 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».

<...> 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 erir 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».

В заявлении (вх.№3774-ЭП/24 от 26.02.2024) <...> указала, что 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/621f9cdc176dca653985b15b> в видео от 23.02.2024 под названием «Три огромных посылки из Чечни. В магазин за овощами и не только» также распространяется реклама без маркировки.

Помимо этого, заявитель указала, что в спорной рекламе блогер слишком часто использует наречия «очень» и «шикарно» (более 50 раз).

<...> участия в рассмотрении дела не приняла, запрошенную информацию не представила.

Рассмотрев представленные материалы, заслушав доводы и возражения сторон, Комиссия Свердловского УФАС России приходит к следующим выводам.

Материалами дела установлено, что 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 была распространена информация, в том числе, следующего содержания:

1) в видео от 11.09.2023 под названием «<...> **радует своими оценками. Работаем на даче**»: «... Тут очень хорошее средство. Сейчас открою. Покажу. Нужное 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 Озоне, 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? Glam. **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, попользуйтесь, ну, вот, вы видите сами, правда...»**

Реклама №1

<...>

2) в видео от 27.01.2024 под названием «**Сюрприз из Чечни. Зимние прихоти готовлю ужин. Наши покупки**»: «О.М.С.», «очень хороший набор»

Реклама №2

<...>

3) в видео от 23.02.2024 под названием «**Три огромных посылки из Чечни. В магазин за овощами и не только**»:

Реклама №3

<...>

В ролике озвучена следующая информация (28:14): «Так что, девочки, заходите на канал «**Киса Чечня**». Ссылку на канал мы оставим под видео. Зайдите и вы, правда, будете, что-то если выберете, и будете рады. Так что, девочки, у Кисы есть еще Телеграм-канал. **На Телеграм-канале она выставляет все новинки. Что у нее есть. Так что, заходите, подписывайтесь. И мы еще оставим номер телефона в Вацап, чтобы вам удобно было заказать. Так что, ну, все, заходите, заказывайте, ссылки все оставим**».

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:

- наименовании 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 на видеохостинге «YouTube» по адресу <https://www.youtube.com/channel/UCnuUMrZA1wjQM275EyGTu4g> и на блог-платформе «Дзен», содержится информация о конкретных товарах и продавце: **чистящей пасте «PINK GLAM», посуде марки «O.M.S.»**, приведена их характеристика, предлагается сделать заказ продукции по оставленным ссылкам под видео, **о канале блогера «Киса Чечня»**, чье наименование озвучено в ролике, а контакты указаны в описании к ролику ([voutube.com/...dTrLvOk28](https://www.youtube.com/...dTrLvOk28) Телеграм

киса Чечня t.me/kisaablogrer), а также о поставляемой указанным блогером продукции: посуде марки «O.M.S.», концентрированном средстве для мытья посуды, капсулах для стирки и чистящем средстве для всех поверхностей «antabax», кондиционере для белья в гранулах «Lenor», туалетной воде «Yara», «Saheb», наборе мыла «Dex».

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», а также наречия «очень», «шикарно» не содержат и сами по себе не являются словами в сравнительной либо превосходной степени, в связи с чем, признаки нарушения п.1 ч.3 ст.5 Закона о рекламе в Рекламе №2 и Рекламе №3 не установлены.



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 и Рекламе №3 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 нарушает ч.16 ст.18.1 Закона о рекламе.

В спорной рекламе №2 указана пометка «Реклама», при этом, в качестве рекламодателя указан «ИП <...> ИНН 611203001808». 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:*

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

ВЫБРАТЬ РЕГИОНЫ:

НАЙТИ

РЕЗУЛЬТАТЫ ПОИСКА

 По заданным критериям поиска данных не найдено.

При этом, согласно данным ЕРИП идентификатор, указанный в Рекламе №2, соответствует рекламодателю ИП <...> ИНН 370266837551

<...>

Следовательно, в Рекламе №2 достоверные сведения о рекламодателе отсутствуют, в связи с чем, указанная реклама нарушает ч.16 ст.18.1 Закона о рекламе.

При этом, в части возможных признаков нарушения ч.17 ст.18.1 Закона о рекламе (отсутствие идентификатора в Рекламе №1 и недостоверные данные об идентификаторе в Рекламе №2) заявление перенаправлено по подведомственности в Управление Роскомнадзора по Уральскому федеральному округу (исх.№ДШ/1903/24 от 06.02.2024).

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).

Рекламодателем является владелец канала <...> Уралочка live, размещенного на видеохостинге «YouTube» по адресу <https://www.youtube.com/channel/UCnuUMrZA1wjQM275EyGTu4g>, а также на блог-платформе «Дзен» zen.yandex.ru/id/621f9cdc176dca653985b15b - <...>.

Резолютивная часть решения по делу согласно пп. «г» п.47 Правил №1922 должна содержать сведения о выдаче предписания (предписаний) с указанием лица (лиц), которому оно выдается.

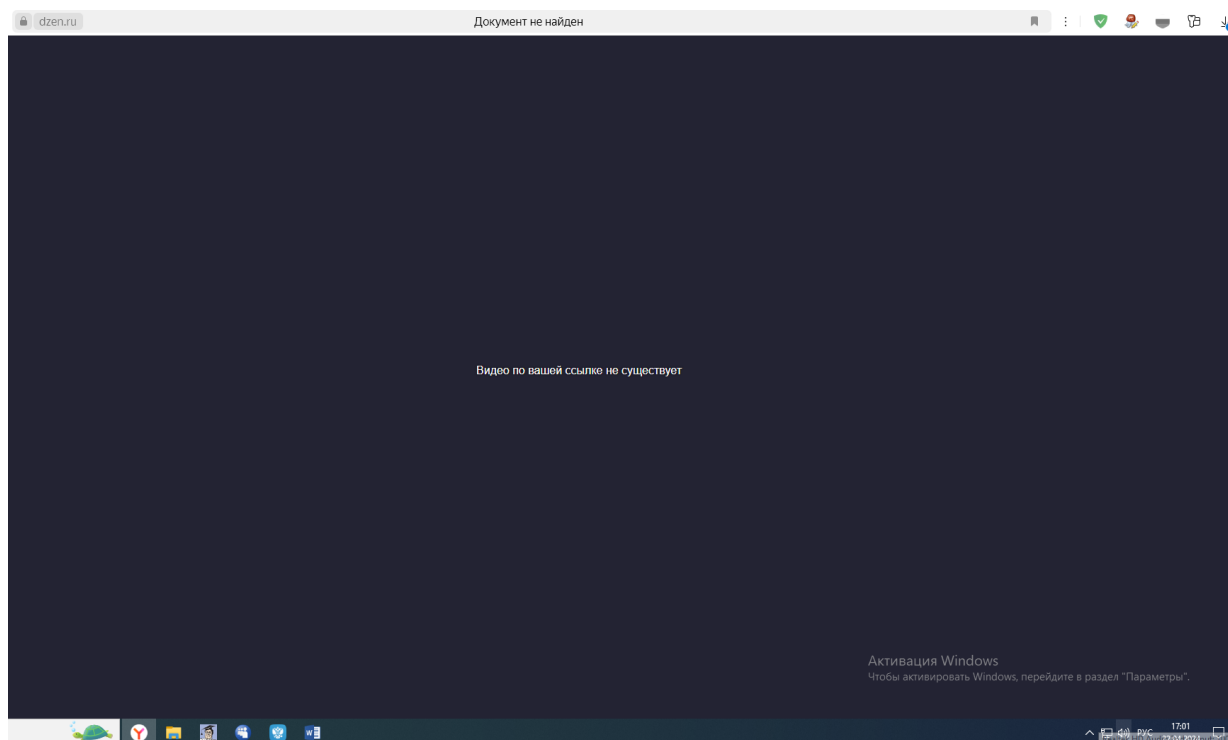
Согласно п. 49 Правил №1922 при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

При проверке распространения спорной рекламы в сети интернет в настоящее время установлено, что Реклама №1 не распространяется (на блог-платформе «Дзен» появляется заставка «видео по вашей ссылке не существует»), при этом, Реклама №3 распространяется с нарушением ч.16 ст.18.1 Закона о рекламе, в связи с чем, имеется необходимость в выдаче предписания.

Реклама №1

<...>

Реклама №2



Реклама №3

<...>

В соответствии с п.7 ч.2 ст.33 Закона о рекламе Антимонопольный орган вправе применять меры ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

За нарушение рекламного законодательства ст.14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность.

В соответствии с ч.1 ст.14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных **частями 2 - 6** настоящей статьи, **частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31** настоящего Кодекса, влечет наложение административного штрафа **на граждан** в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Согласно п.48 Правил №1922 дата изготовления решения по делу в полном объеме считается датой принятия решения по делу.

В резолютивной части решения комиссия указывает на необходимость передачи дела должностному лицу Управления для рассмотрения дела об административном правонарушении по ст.14.3 КоАП РФ.

В соответствии с п.4 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» дело об административном правонарушении может быть возбуждено должностным лицом, уполномоченным составлять протоколы об административных правонарушениях, только при

наличии хотя бы одного из поводов, предусмотренных частями 1, 1.1 и 1.2 статьи 28.1 КоАП РФ, и достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения. Вступление в силу решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей не является таким поводом, как это предусмотрено частью 1.2 статьи 28.1 КоАП РФ в отношении вступления в силу решения комиссии антимонопольного органа, которым устанавливается факт нарушения антимонопольного законодательства.

Достаточность данных, указывающих на наличие события административного правонарушения, была установлена антимонопольным органом по итогам рассмотрения дела, рассмотрение которого не относится к государственному контролю (надзору), порядок организации и осуществления которого не регулируется Федеральным законом от 31 июля 2020 года №248-ФЗ «О государственном контроле (надзоре) и муниципальном контроле в Российской Федерации». Достаточность данных, указывающих на наличие события административного правонарушения, была установлена антимонопольным органом по итогам рассмотрения дела, порядок возбуждения и рассмотрения которого регулируется Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922). В связи с чем в силу примечания к ст.28.1 КоАП РФ положения ч.3.1 ст.28.1 КоАП РФ не распространяются на данный случай возбуждения дела об административном правонарушении.

Учитывая установленные ч.1 ст.37 Закона о рекламе особенности порядков принятия (только коллегиально) решения и его обжалования (только судебный), у должностных лиц того же самого органа, единолично осуществляющих производство по делу об административном правонарушении, заведомо отсутствуют законные основания как переоценивать изложенные в не оспоренном в установленном порядке решении достаточные данные, указывающие на наличие события административного правонарушения, так и отражать результаты такой переоценки как в протоколе об административном правонарушении, так и в соответствующем постановлении.

Согласно ч.1 ст.2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Согласно п.1 ч.1 ст.28.1 КоАП РФ поводом к возбуждению дела об административном правонарушении является, в том числе, непосредственное обнаружение должностными лицами, уполномоченными составлять протоколы об административных правонарушениях, достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения.

Для оказания юридической помощи лицу, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, в производстве по делу об административном правонарушении может участвовать защитник, а для оказания юридической помощи потерпевшему - представитель. В качестве защитника или представителя к участию в производстве по делу об административном правонарушении допускается адвокат или иное лицо (ч.ч.1, 2 ст.25.5 КоАП РФ).

Согласно ч.1 ст.25.15 КоАП РФ лица, участвующие в производстве по делу об административном правонарушении, а также свидетели, эксперты, специалисты и переводчики извещаются или вызываются в суд, орган или к должностному лицу, в производстве которых находится дело, заказным письмом с уведомлением о вручении, повесткой с уведомлением о вручении, телефонограммой или телеграммой, по факсимильной связи либо с использованием иных средств связи и доставки, обеспечивающих фиксирование извещения или вызова и его вручение адресату.

В соответствии с ч. 1 ст. 25.1, ч. 4 ст. ст. 25.5 и п. 3 ч. 4 ст. 28.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого возбуждено производство по делу об административных правонарушениях, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства, отводы, пользоваться юридической помощью защитника. Защитник допускается к участию в производстве по делу об административном правонарушении с момента возбуждения дела об административном правонарушении, которое считается возбужденным с момента составления протокола об административном правонарушении.

На основании изложенного, руководствуясь ст.ст.33 - 36 Закона о рекламе, в соответствии с п. 42 – 48 Правил №1922, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу чистящей пасты «PINK GLAM», посуды марки «O.M.S.», а также канала блогера «Киса Чечня» и поставляемой ею продукции: посуды марки «O.M.S.», концентрированного средства для мытья посуды, капсул для стирки и чистящего средства для всех поверхностей «antabax», кондиционера для белья в гранулах «Lenog», туалетной воды «Yaga», «Saheb», набора мыла «Dex», распространенную 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», в видео от 27.01.2024 под названием «Сюрприз из Чечни. Зимние прихоти готовлю ужин. Наши покупки» и в видео от 23.02.2024 под названием «Три огромных посылки из Чечни. В магазин за овощами и не только» ненадлежащей, нарушающей требования ч.16 ст.18.1 Закона о рекламе, поскольку Реклама №1 и Реклама №3 не содержит 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, а Реклама №2 не содержит указание на рекламодателя такой рекламы и (или) сайт, страницу сайта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», содержащие информацию о рекламодателе такой рекламы.

2. Выдать <...> Предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Свердловского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч.1 ст.14.3 КоАП РФ.

4. <...> (защитнику) надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 220) **20 мая 2024 г. в 11 час. 00 мин.** для составления протокола об административном правонарушении, предусмотренном ч.1 ст.14.3 КоАП РФ, с документами, удостоверяющими личность, а также в срок до 15.05.2024 представить в Управление:

1) копию паспорта (разворот страниц с фотографией и пропиской);

2) письменные объяснения по факту правонарушения (ст. 26.3 КоАП РФ), в том числе, указать (при наличии) обстоятельства, смягчающие (ст.4.2 КоАП РФ) и отягчающие (ст. 4.3 КоАП РФ) административную ответственность, исключаяющие производство по делу об административном правонарушении (ст. 24.5 КоАП РФ).

Для приобщения к протоколу письменных объяснений (ст. 26.3 КоАП РФ) их надлежит представить в письменной форме и раскрыть в них свою позицию относительно каждого из указанных в решении обстоятельств, подкрепив ее соответствующими доказательствами.

В случае явки защитника (ст. 25.5 КоАП РФ), обязательно наличие доверенности (от имени лица, в отношении которого составляется протокол).

Решение антимонопольного органа может быть оспорено в суде или арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения (ч. 1 ст. 37 Закона о рекламе).

Для оперативности информацию следует предварительно направить по факсу либо на электронную почту Управления (tob6@fas.gov.ru). В ответе необходимо ссылаться на исходящий номер документа Свердловского УФАС России.

Протокол об административном правонарушении подписывается должностным лицом, его составившим, физическим лицом или законным представителем юридического лица, в отношении которого возбуждено дело об административном правонарушении (ч. 5 ст. 28.2 КоАП РФ).

Согласно ч. 1 ст. 51 Конституции Российской Федерации никто не обязан свидетельствовать против себя самого, своего супруга и близких родственников, круг которых определяется федеральным законом.

В соответствии с ч. 1 ст. 25.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с настоящим Кодексом.

В соответствии с ч. 5 ст. 25.5 КоАП РФ защитник, допущенный к участию в производстве по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со всеми материалами дела, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, участвовать в рассмотрении дела, обжаловать применение мер обеспечения производства по делу, постановление по делу, пользоваться иными процессуальными правами в соответствии с настоящим Кодексом.

Неявка лица до истечения указанного срока не препятствует дальнейшему движению дела об административном правонарушении, протокол об административном правонарушении может быть составлен в отсутствие указанного лица (ч. 4.1. ст. 28.2 КоАП РФ).

В случае невозможности личной явки лиц, участвующих в составлении протокола (в том числе, защитников), необходимо направить ходатайство (to66@fas.gov.ru) о составлении протокола в их отсутствие с учетом представленных письменных пояснений.

Независимо от формы участия в составлении протокола все письменные пояснения и документы будут всесторонне изучены и учтены при его составлении.

Кроме того, Управление информирует о возможности представить расписку о выборе формы получения процессуальных документов (указать реквизиты сопроводительного письма к данному документу) путем их направления по адресу электронной почты, указанной в расписке, с подтверждением того, что такой способ получения процессуальных документов будет являться надлежащим уведомлением (расписка должна быть заполнена физическим лицом, должностным лицом лично либо законным представителем юридического лица с приложением надлежащим образом заверенной копии документа, подтверждающего полномочия).

Председатель комиссии <...>

Члены комиссии <...>

<...>