

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. № 19459-ЭП/23 от 08.12.2023

РЕШЕНИЕ
по делу № 002/05/21-143/2024

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 № 002/05/21-143/2024 возбужденное по обращению физического лица в отношении ООО «Аксаков информ» (ОГРН 1190280007280, ИНН 0274943790) по факту распространения реклам с признаками нарушения пункта 1 части 2 статьи 21 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:

08.12.2023 года в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Башкортостан (далее - УФАС по РБ, антимонопольная служба) поступило заявление гражданина (вх. № 19459-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 № ГУ02-01664) размещена реклама с нарушением требований ФЗ «О рекламе», в частности на следующих страницах:

1. Стр. 50-51 - «Ресторан G.I.F.T. новая точка на карте вкуса».
2. Стр. 53, 67 – «Винный бутик «Философ».
3. Стр. 56 – «Ресторанами не рождаются ими становятся».
4. Стр. 119 – «Маяковский культурное кафе».

По мнению Заявителя в указанных рекламах рекламируются алкогольная продукция и продавцы алкогольной продукции.

05.02.2024 года Башкортостанским УФАС России, в порядке части 2 статьи 36 Закона о рекламе возбуждено дело № 002/05/21-143/2024 по признакам нарушения требований части 1, 4 статьи 28 ФЗ «О рекламе». К участию в деле привлечены:

• **Заявитель:**

- 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 № 002/05/21-143/2024 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 № 002/05/21-143/2024 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 № 002/05/21-143/2024 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. 50-51 - «Ресторан G.I.F.T. новая точка на карте вкуса».

2. Стр. 53, 67 – «Винный бутик «Философ»».

3. Стр. 56 – «Ресторанами не рождаются ими становятся».

4. Стр. 119 – «Маяковский культурное кафе», 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 персонифицированной.

- 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:

- «Ресторан G.I.F.T. новая точка на карте вкуса» - ресторан в целом, а также алкогольная продукция (...*Помимо широкого спектра гастрономических блюд G.I.F.T. предлагает барную карту с аутентичными напитками, необычными коктейлями и азиатским пивом. А ценителей классики ждет экскурсия в отдельную винную комнату, где представлены вина со всего мира от рядовых до эксклюзивных марок, подобранные Юлией Пантининой, одной из лучших сомелье города...*). Указаны контактные данные (адрес, номер телефона).

- Винный бутик «Философ – продавец алкогольной продукции винный бутик Философ. Указаны контактные данные (адрес, номер телефона, адрес сайта).

- *Ресторанами не рождаются ими становятся* – ресторан в целом, а также алкогольная продукция (...*свекольная настойка в рюмочке, накрытая сухарем из бородинского хлеба с горошиной сливочного хрена – моя авторская разработка...*). Указаны контактные данные (адрес, номер телефона).

- *Маяковский культурное кафе* – кафе в целом, алкогольная продукция («Абрау-Дюрсо»). Указаны контактные данные (адрес, номера телефонов).

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.

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

Так, согласно пункту 1 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться в периодических печатных изданиях, за исключением рекламы пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, а также вина, крепленого вина и игристого вина, произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда, которая не должна размещаться на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов.

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.

Указание сведений, формирующих интерес к алкогольной продукции как напитку, в

рекламе, объектом рекламирования которой выступает продавец товаров, позволяет сделать однозначный вывод о том, что объектом рекламирования выступает именно продавец алкогольной продукции,

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.

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.

В тексте указанных реклам привлекается внимание к алкогольной продукции (продовцу алкогольной продукции), соответственно указанная реклама нарушает требования пункта 1 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Факт правонарушения ООО «Аксаков информ» не оспаривается.

В соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение указанной нормы несет рекламодатель.

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

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 рекламодателем 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 рекламодателем 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 рекламодателем реклам.

2. Признать рекламы ненадлежащими, поскольку в них нарушены требования пункта 1 части 2 статьи 21 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

«...»

«...»