

РЕШЕНИЕ

по делу №04-04-02/20-12

12 октября 2012 года

г. Кызыл

Резолютивная часть решения объявлена 28 сентября 2012 года

Решение изготовлено в полном объеме 12 октября 2012 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Тыва по рассмотрению дела №04-04-02/20-12 по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председателя Комиссии: Хаджиева Ф.А. – заместителя руководителя - начальника отдела контроля размещения государственного заказа и антимонопольного контроля органов власти Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Тыва (далее – Тывинское УФАС России);

Членов Комиссии:

Сорвачевой В.А. - начальника отдела антимонопольного контроля и рекламы Тывинского УФАС России;

Хитаришвили А.Т. – ведущего специалиста-эксперта отдела антимонопольного контроля и рекламы Тывинского УФАС России;

Тулуш Ш.Т. – специалиста - эксперта отдела антимонопольного контроля и рекламы Тывинского УФАС России,

рассмотрев дело № 04-04-02/20-12 по факту распространения рекламы без размещения пометок «реклама» или «на правах рекламы» с признаками нарушения требований статьи 16 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в отсутствии надлежащим образом извещенного законного представителя ООО «Перевал» (почтовое уведомление от 21.09.2012г.),

УСТАНОВИЛА:

27 июня 2012 года в Тывинское УФАС России поступило письменное обращение жительницы г.Кызыла, в котором указано на нарушение редакцией печатного издания "Риск Информ" законодательства о рекламе, допущенном в выпуске №3 от 26 июня – 3 июля 2012г. на странице 10, 16 при размещении рекламы отсутствуют надписи «реклама» или «на правах рекламы». В материалы дела заявительницей

также представлен выпуск «Риск Информ» №3 от 26 июня – 3 июля 2012г.

В соответствии с [пунктом 2 части 1 статьи 33](#) Закона о рекламе антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Сроки и последовательность действий при осуществлении полномочий по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе урегулированы Административным [регламентом](#) Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденным Приказом ФАС РФ от 28.12.2007 N 453 (далее - Административный регламент).

Согласно [пунктам 3.6](#) и [3.7](#) Административного регламента основанием для начала действий по рассмотрению заявлений, обращений и представлений о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе является поступление в Антимонопольный орган заявления, обращения, представления о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе. Заявление подается в Антимонопольный орган в письменной форме, с приложением документов, свидетельствующих о признаках нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

[Пунктом 3.24](#) Административного регламента предусмотрено, что основанием для совершения административных действий по возбуждению дела является выявление Антимонопольным органом самостоятельно или при изучении заявления, поступившего в Антимонопольный орган, обстоятельств, свидетельствующих о наличии признаков нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, если при этом не установлено обстоятельств, указанных в [пунктах 3.18, 3.19, 3.20](#) регламента.

[Пунктом 1 статьи 3](#) Закона о рекламе определено, что реклама - это 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.

Объект рекламирования - это товар, средство его индивидуализации, 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 ([пункт 2 статьи 3](#) Закона о рекламе).

Как установлено Комиссией по рассмотрению дел по признакам нарушения Закона о рекламе в печатном издании «Риск Информ» от 26.06.2012г.-03.07.2012г. №3 на страницах 10, 16 размещены следующие рекламные материалы:

- «АКВАМИР водоем в каждом доме! Большой выбор аквариумов (в наличии и под заказ) > Аквариумные рыбки; > Оборудование; > Аксессуары, декорации. Товары для домашних любимцев > разнообразные корма; > снаряжение и

аксессуары для животных и птиц. Ул.Кечил-оола, 63, м-н «Отчугаш» (напротив 50-го рынка)»;

- «широкий выбор запчастей УАЗ ЗАПЧАСТИ УАЗ Интернациональная, 115. тел.8 913 358 08 88»;

- «СТО Ремонт автомобилей всех марок ремонт двигателей, КПП, ходов части, автоэлектрика Заключаем договора с организациями. Работаем по безналичному расчету. Полировка Шумоизоляция Мойка Тонировка Установка * аудио * сигнализаций Интернациональная, 115. тел. 6-66-66»;

- «Салон-магазин итальянской одежды и обуви Boutique г.Абакан, ул.К.Маркса, 16. тел.:8 923 595 1883».

Размещенные в выпуске печатного издания «Риск Информ» на страницах 10, 16 материалы отвечают всем признакам, указанным в [пункте 1 статьи 3](#) Закона о рекламе, соответственно, являются рекламой.

Ненадлежащей является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации ([пункт 4 статьи 3](#) Закона о рекламе).

В соответствии со статьей 16 Закона о рекламе размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой "реклама" или пометкой "на правах рекламы". Объем рекламы в таких изданиях должен составлять не более чем сорок процентов объема одного номера периодических печатных изданий. Требование о соблюдении указанного объема не распространяется на периодические печатные издания, которые зарегистрированы в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера и на обложке и в выходных данных которых содержится информация о такой специализации.

Проведя анализ содержания реклам, размещенных на страницах печатного издания «Риск Информ», признаки нарушения Закона о рекламе не выявлены, но сам факт того, что рекламные сообщения не сопровождаются пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы» установлен.

Тывинским УФАС России установлено, что печатное издание «Риск Информ» не является печатным изданием, специализирующимся на сообщениях и материалах рекламного характера, что подтверждается свидетельством о регистрации средства массовой информации ПИ N ФС77-43336 от 28.12.2010г. Примерная тематика и (или) специализация газеты «Риск Информ» публицистика, политика, культура, досуг, спорт, телепрограмма; реклама не более 40%.

Таким образом, размещение рекламы в печатном издании «Риск Информ» не соответствует требованиям [статьи 16](#) Закона о рекламе, поскольку не содержит пометки "реклама" или "на правах рекламы".

В силу [части 7 статьи 38](#) Закона о рекламе рекламораспространитель несет ответственность за нарушение, в том числе требований, установленных [статьей 16](#) данного закона.

Под рекламораспространителем в [пункте 7 статьи 3](#) Закона о рекламе понимается

лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации от 28.12.2010г. ПИ №ФС77-43336 учредителем газеты «Риск Информ» является ООО «Перевал». В силу пункта 7 статьи 3 Закона о рекламе ООО «Перевал» является рекламодателем.

Руководствуясь статьёй 16, статьёй 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ "О рекламе" и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Тывинского УФАС России,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащими рекламы, распространявшиеся в печатном издании «Риск Информ» в выпуске №3 от 26 июня – 3 июля 2012г. на страницах 10, 16, поскольку в рекламах отсутствуют пометка «реклама» или пометка «на правах рекламы», что нарушает требования статьи 16 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать рекламодателю – ООО «Перевал» предписание об устранении и недопущении выявленных нарушений статьи 16 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе».

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тывинского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном статьёй 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении рекламодателя ООО «Перевал».

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, в течение 3 месяцев со дня, когда гражданину, организации стало известно о нарушении их прав и законных интересов, если иное не установлено федеральным законом. Пропущенный по уважительной причине срок подачи заявления может быть восстановлен судом.

Председатель Комиссии

Ф.А. Хаджиев

Члены Комиссии

В.А. Сорвачева

А.Т. Хитаришвили

Ш.Т. Тулуш

