

Заказное с уведомлением о вручении

Руководителю

Муниципального автономного учреждения

«Мценская телерадиокомпания»

303030, Орловская область,

г. Мценск, ул.пл.Ленина, 1

РЕШЕНИЕ

по делу №269-15/04 РЗ

Резолютивная часть решения оглашена 03 августа 2015г.

Решение в полном объеме изготовлено 13 августа 2015г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Орловской области (далее- Орловское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии – Кирьянов А.Н., заместитель руководителя управления;

Члены Комиссии - Гришунова Е.Н., главный государственный инспектор

- Силаев А.В., специалист 1 разряда

рассмотрев дело №269-15/04 РЗ, возбужденное в отношении Муниципального автономного учреждения «Мценская телерадиокомпания» (303030, Орловская

область, г. Мценск, ул.пл.Ленина, 1; ОГРН 1025700526455; ИНН 5703008852) (далее - МАУ «МТРК») по признакам нарушения части 10.1 статьи 5 Федерального Закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»),

в присутствии:

- руководителя МАУ «МТРК»

У С Т А Н О В И Л А:

Управлением, в рамках проводимой плановой проверки по соблюдению требований Закона «О рекламе» МАУ «МТРК» (303030, Орловская область, г. Мценск, ул.пл.Ленина, 1; ОГРН 1025700526455; ИНН 5703008852) было установлено следующее:

- Рекламный видеоролик с наименованием «**9 Ветров**», распространяемый в феврале 2015 г. на телеканале «НТВ» в г.Мценске, содержит следующее **голосовое озвучание**:

«Впервые во Мценске. Вечер Геннадия Ветрова. 1 марта в ДК. Начало в 18 часов. Телефон для справок 2-08-36».

Видеоряд:

На экране меняются кадры с различными элементами эстрадного представления Геннадия Ветрова и имеется следующая надпись: «Впервые во Мценске. Вечер юмора. Геннадий Ветров. 1 марта, начало 18.00. Дворец культуры. Телефон. 2-08-36».

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона "О рекламе" **рекламой** является 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.

Информация, анонсирующая предстоящее зрелищное мероприятие – эстрадное представление Геннадия Ветрова, распространялась в виде рекламного видеоролика в феврале 2015 года на телеканале «НТВ» в г.Мценске Орловской области.

Данная информация распространялась для круга лиц, который заранее не был определен в качестве конкретной стороны. Из указанной информации следует, что информация представлена всем потребителям, а не конкретно определившемуся лицу.

Согласно пункту 2 приведенной статьи **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.

Данная информация обращает внимание и поддерживает интерес потребителей к зрелищному мероприятию – выступлению эстрадного артиста Геннадия Ветрова в г. Мценске.

Таким образом, указанная информация, **является рекламой**, имеющей целью привлечение внимания неопределенного круга лиц к объекту рекламированию – зрелищному мероприятию – выступлению эстрадного артиста Геннадия Ветрова в г. Мценске (далее-реклама «9 Ветров»).

Согласно статьи 2 Федерального закона от 29.12.2010г. N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию"

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;

- 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.

В соответствии с частью 3 статьи 6 Федерального закона от 29.12.2010 N 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», **классификация информационной продукции** осуществляется в соответствии с требованиями настоящего Федерального закона по следующим категориям информационной продукции:

- 1) информационная продукция для детей, не достигших возраста шести лет (0+);
- 2) информационная продукция для детей, достигших возраста шести лет (6+);
- 3) информационная продукция для детей, достигших возраста двенадцати лет (12+);
- 4) информационная продукция для детей, достигших возраста шестнадцати лет (16+);
- 5) информационная продукция, запрещенная для детей (18+).

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 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»

В соответствии с частью 10.1 статьи 5 Закона «О рекламе», не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», без указания категории данной информационной продукции.

Реклама зрелищного мероприятия – выступления эстрадного артиста Геннадия Ветрова в г. Мценске привлекала внимание потребителей рекламы к указанному мероприятию.

Вместе с тем, указанная реклама распространялась без указания категории данной информационной продукции.

Рекламораспространитель – МАУ «МТРК» (303030, Орловская область, г. Мценск, ул.пл.Ленина, 1)

В соответствии со статьей 38 Закона «О рекламе»:

- ответственность за нарушение части 10.1 статьи 5 Закона «О рекламе» несет **реklamораспространитель и рекламопроизводитель.**

15.07.2015 года Управлением в отношении МАУ «МТРК» по признакам нарушения части 10.1 статьи 5 Закона «О рекламе» было возбуждено дело №269-15/04РЗ по факту распространения рекламы информационной продукции - зрелищного мероприятия (выступления эстрадного артиста Геннадия Ветрова в г. Мценске) без указания категории данной информационной продукции.

Рассмотрение дела №269-15/04РЗ по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе было назначено на 03.08.2015г.

Определением о возбуждении дела №269-15/04 РЗ (исх.№2563/04 от 16.07.2015г.) у МАУ «МТРК» были запрошены необходимые для рассмотрения дела документы и сведения.

30.07.2015г. в адрес Управления поступили запрашиваемые документы и сведения от МАУ «МТРК» (вх.№4206 от 30.07.2015г.), а также письменные пояснения по делу.

В своих пояснениях МАУ «МТРК» указало, что является рекламопроизводителем ролика «9 Ветров» без указания категории информационной продукции. Рекламодателем был представлен видеоролик и текст, в котором не была указана категория информационной продукции. Монтажер МАУ «МТРК» наложил

представленный текст на ролик и также не указал категорию. Ответственность за размещение данного рекламного видеоролика несет руководитель МАУ «МТРК».

03.08.2015 г. для участия в рассмотрении дела № 269-15/04 РЗ прибыл руководитель МАУ «МТРК».

В ходе заседания Комиссии руководитель МАУ «МТРК» подтвердил позицию Учреждения, представленную в адрес Управления ранее в виде письменных пояснений, а именно: МАУ «МТРК» является рекламопроизводителем ролика «9 Ветров» без указания категории информационной продукции. Ответственность за размещение данного рекламного видеоролика несет руководитель МАУ «МТРК».

Комиссия, рассмотрев документы, имеющиеся в материалах дела №269-15/04 РЗ, заслушав пояснения лица, участвующего в деле, пришла к следующим выводам:

1. В соответствии с частью 1 статьи 3 Закона «О рекламе» **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.

Информация о предстоящем зрелищном мероприятии – выступлении эстрадного артиста Геннадия Ветрова в г. Мценске, распространялась в виде рекламного видеоролика в феврале 2015 года на телеканале «НТВ» в г.Мценске Орловской области **в блоке «реклама»**.

Данная информация распространялась для круга лиц, который заранее не был определен в качестве конкретной стороны. Из указанной информации следовало, что информация была представлена всем потребителям, а не конкретно определившемуся лицу.

Согласно пункту 2 приведенной статьи **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.

Данная информация **обращала внимание и поддерживала интерес потребителей к зрелищному мероприятию – выступлению 1 марта 2015 года в ДК г. Мценск эстрадного артиста Геннадия Ветрова**.

Таким образом, указанная информация, **являлась рекламой**, имевшей целью привлечение внимания неопределенного круга лиц к объекту рекламирования - зрелищному мероприятию – выступлению эстрадного артиста Геннадия Ветрова в г. Мценске.

2. Согласно статьи 2 Федерального закона от 29.12.2010г. N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию"

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;

- 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.

В соответствии с частью 3 статьи 6 Федерального закона от 29.12.2010 N 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», **классификация информационной продукции** осуществляется в соответствии с требованиями настоящего Федерального закона по следующим категориям информационной продукции:

- 1) информационная продукция для детей, не достигших возраста шести лет (0+);
- 2) информационная продукция для детей, достигших возраста шести лет (6+);
- 3) информационная продукция для детей, достигших возраста двенадцати лет (12+);
- 4) информационная продукция для детей, достигших возраста шестнадцати лет (16+);
- 5) информационная продукция, запрещенная для детей (18+).

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 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»

В соответствии с частью 10.1 статьи 5 Закона «О рекламе», не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», без указания категории данной информационной продукции.

Реклама информационной продукции – зрелищного мероприятия (выступления 1 марта 2015 года в ДК г. Мценск эстрадного артиста Геннадия Ветрова) привлекала внимание потребителей рекламы к указанным мероприятиям.

Вместе с тем, указанная реклама распространялась без указания категории данной информационной продукции.

3. Статьей 3 Закона «О рекламе» приведены следующие основные понятия:

- рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;

- рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму;

- рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств;

В ходе рассмотрения дела установлено, что рекламораспространителем и рекламопроизводителем указанной рекламы является МАУ «МТРК».

4. В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона «О рекламе» *ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.*

Реклама информационной продукции – зрелищного мероприятия (выступления эстрадного артиста Геннадия Ветрова 1 марта 2015 года в ДК г. Мценск) распространялась без указания категории данной информационной продукции.

Указанная реклама противоречила требованиям части 10.1 статьи 5 Закона «О рекламе», то есть **являлась ненадлежащей**.

5. В соответствии со статьей 38 Закона «О рекламе» за нарушение части 10.1. статьи Закона «О рекламе» несет ответственность рекламораспространитель и рекламопроизводитель.

6. Таким образом, МАУ «МТРК», как рекламораспространитель и рекламопроизводитель, несет ответственность за нарушение части 10.1 статьи 5 Закона «О рекламе».

7. В ходе заседания Комиссии руководитель МАУ «МТРК» представил доказательства того, что в настоящее время реклама информационной продукции не распространяется Учреждением.

8. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе (ненадлежащая реклама) установлена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь пунктом 2 части 1, пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 2 статьи 36 Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17 августа 2006 г. № 508 Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу информационной продукции -зрелищного мероприятия (выступление эстрадного артиста Геннадия Ветрова в г. Мценск), **распространяемую МАУ «МТРК»**, поскольку в ней нарушены требования части 10.1 статьи 5 Закона «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения части 10.1. статьи 5 Закона « О рекламе» МАУ «МТРК» **не выдавать**, в связи с тем, что трансляция рекламы информационной продукции - зрелищного мероприятия (выступления эстрадного артиста Геннадия Ветрова в г. Мценск) была прекращена в марте 2015 года.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Орловского УФАС России для возбуждения дел об административных правонарушениях, предусмотренных частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении **МАУ «МТРК»**.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

А.Н.Кириянов

Члены Комиссии

Е.Н.Гришунова

А.В. Силаев