

РЕШЕНИЕ по делу № 4

от "09" февраля 2012 г.

г. Киров

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председателя Комиссии – <...> – зам.руководителя управления и членов Комиссии – <...>;

в присутствии:

-<...> – директора ООО «Гранд коннект», действующего на основании Устава;

протокол вела <...> – специалист 2 разряда отдела финансовых рынков и рекламы;

рассмотрев дело № 4 по признакам нарушения ООО «Гранд коннект» (612960, Кировская обл., г. Вятские Поляны, ул. Ленина, 135) ст. 16 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.,

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении сотрудниками Кировского УФАС России наблюдения за соблюдением печатными СМИ действующего рекламного законодательства было установлено следующее.

Газета «Гранд ИНФО» в соответствии со свидетельством о регистрации СМИ от 13.09.2011 ПИ № ТУ 43-288 является рекламным изданием, поэтому информация о его специализации должна содержаться на обложке и в выходных данных. Однако в нарушение требований ст. 16 ФЗ «О рекламе» в газете «Гранд ИНФО» от 09.12.2011 г. № 1 (1) информация о такой специализации отсутствует как на обложке, так и в выходных данных. При этом реклама в газете пометкой «реклама» или «на правах рекламы» не сопровождалась.

В соответствии с ч. 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение ст. 16 Закона несет рекламораспространитель, которым является ООО «Гранд коннект». Поэтому в отношении данного хозяйствующего субъекта было возбуждено производство по делу.

На заседании Комиссии директор ООО «Гранд коннект» <...> пояснил следующее: «Факт нарушения рекламного законодательства признаем. В настоящее время выпуск газеты «Гранд ИНФО» приостановлен».

Изучив имеющиеся материалы, Комиссия установила, что ООО «Гранд коннект» нарушило ст. 16 Федерального закона «О рекламе».

Выводы комиссии основаны на следующем:

Согласно ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «О рекламе», рекламой является информация, распространяемая 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. Под объектом рекламирования понимается 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. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно ч. 1 ст. 5 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

Ненадлежащей признается реклама не соответствующая требованиям законодательства РФ (ст. 3 Закона).

В соответствии со ст. 16 ФЗ «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.

Газета «Гранд ИНФО» (свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ТУ 43-288 от 13.09.2011) является изданием, специализирующимся на сообщениях и материалах рекламного характера, объем рекламы в ней составляет более 40 %. В связи с тем, что информация об указанной специализации отсутствовала на обложке и в выходных данных газеты «Гранд ИНФО» (№ 1 (1) от 09.12.2011), размещенная в ней реклама, в соответствии с требованиями ст. 16 ФЗ «О рекламе», должна была сопровождаться пометкой «реклама» или «на правах рекламы». Такая пометка в печатном издании «Гранд ИНФО» отсутствовала.

Следовательно, реклама распространялась с нарушением требований статьи 16 Закона № 38-ФЗ.

Согласно ч. 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных ст. 16 несет рекламораспространитель, которым в данном случае является ООО «Гранд коннект», как издатель газеты «Гранд ИНФО». Общество является профессиональным участником рекламного

рынка, выполняющим свои обязанности на постоянной основе, поэтому нарушение рекламного законодательства должно было быть для него очевидным.

Все вышеуказанное позволяет сделать вывод, что нарушение рекламного законодательства произошло по вине ООО «Гранд коннект».

Учитывая то, что газета «Гранд ИНФО» в настоящее время не распространяется, Комиссия решила не выдавать ООО «Гранд коннект» предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

Руководствуясь ст. 3, ст. 5, ст. 16, ст. 33, ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ООО «Гранд коннект» нарушившим ст. 16 Федерального закона «О рекламе».
2. ООО «Гранд коннект» предписание об устранении нарушения рекламного законодательства не выдавать в связи с тем, что в настоящее время газета «Гранд ИНФО» не распространяется.

Решение изготовлено в полном объеме 13 февраля 2012 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном ст. 198 АПК РФ.

<...>