

РЕШЕНИЕ

по делу №03-21/58-2016

о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«23» ноября 2016 года

г. Йошкар-Ола

Резолютивная часть решения объявлена: «21» ноября 2016 года

Полный текст решения изготовлен: «23» ноября 2016 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии –

член Комиссии –

член Комиссии –

рассмотрев дело, возбужденное по признакам нарушения части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», в присутствии представителя ЗАО - М., доверенность, ИП Б., паспорт

УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) в ходе мониторинга обнаружена реклама концерта группы «Князь» в г. Йошкар-Оле, распространявшаяся в эфире радиостанции «Блиц FM» - 105,5 FM, содержащая признаки нарушения части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», следующего содержания: «22 октября. Клуб «Стоун». Юбилейный концерт группы «Князь». Всеми любимые и известные – хиты группы «Король и Шут». Легенда рока. Телефон в Йошкар-Оле 20-43-12».

По результатам мониторинга антимонопольным органом возбуждено дело №03-21/58-2016 по факту распространения рекламы, содержащей признаки нарушения части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

На заседании Комиссии ЗАО пояснило, что при изготовлении ролика спорной рекламы в результате ошибки сотрудника общества был упущен знак категории

информационной продукции. Содержание рекламы зрелищного мероприятия тезисно было представлено заказчиком.

При рассмотрении дела ИП Б. пояснила, что отсутствие в рассматриваемой рекламе знака информационной продукции является ошибкой ЗАО.

Рассмотрев материалы дела №03-21/58-2016 о нарушении законодательства о рекламе и выслушав позицию лиц, участвующих в деле, Комиссия Марийского УФАС России признает рассматриваемую рекламу ненадлежащей по следующим основаниям.

Согласно статье 3 Закона о рекламе реклама - 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.

Под объектом рекламирования понимают 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.

Из анализа текста рекламы следует, что объектом рекламирования выступает развлекательное мероприятие – концерт группы «Князь» 22 октября в клубе «Стоун» (г. Йошкар-Ола).

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой, так как распространена посредством радиостанции, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

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 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (далее – ФЗ № 436), без указания категории данной информационной продукции.

В силу части 1 статьи 12 ФЗ № 436 обозначение категории информационной продукции знаком информационной продукции и (или) текстовым предупреждением об ограничении распространения информационной продукции среди детей осуществляется с соблюдением требований данного закона ее производителем и (или) распространителем с указанием цифры и знака «плюс» или соответствующего текстового предупреждения.

В соответствии с пунктом 5 статьи 2 ФЗ №436 информационная продукция – это 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.

Согласно пункту 3 статьи 2 ФЗ № 436 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.

Классификация информационной продукции осуществляется в соответствии с требованиями ФЗ №436 по следующим категориям информационной продукции: 1) информационная продукция для детей, не достигших возраста шести лет; 2) информационная продукция для детей, достигших возраста шести лет; 3) информационная продукция для детей, достигших возраста двенадцати лет; 4) информационная продукция для детей, достигших возраста шестнадцати лет; 5) информационная продукция, запрещенная для детей (информационная продукция, содержащая информацию, предусмотренную [частью 2 статьи 5](#) данного Федерального закона).

Исходя из положений названных норм, выступление конкретной музыкальной группы в конкретный день, указанный в рекламном сообщении, направлено на привлечение зрителей и поклонников к рекламируемому мероприятию. Следовательно, информация, которая может быть распространена посредством данного зрелищного мероприятия является информационной продукцией, подлежащей классификации в соответствии с требованиями ФЗ №436.

Следовательно, концерт группы «Князь» на основании пункта 3 статьи 2 ФЗ №436 относится к информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями данного закона.

В соответствии с требованиями части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе категория данной продукции должна быть обозначена в ее рекламе соответствующими цифрой, знаком или предупреждением о возрастных ограничениях распространения такой продукции среди детей.

В рассматриваемой рекламе развлекательного мероприятия – концерта группы «Князь», транслируемой в эфире радиостанции «Блиц FM» - 105,5 FM, отсутствует предупреждение о возрастных ограничениях.

Таким образом, данная реклама нарушает требования части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно пунктам 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе 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.

Письмом от 01.11.2016 исх. №23 ЗАО указало, что заявка на размещение спорной рекламы была сделана Б. в устной форме, текст разрабатывался менеджером общества.

В соответствии с пунктом 2.1. договора от 11.10.2016 №23, заключенным между ЗАО

и ИП Б. (заказчик), предприниматель поручает, а общество обязуется оказать ему услуги по размещению предоставленным заказчиком рекламных материалов, в том числе в эфире радиостанции «Пульс-Радио» 103,8 FM и «Блиц FM» 105,5 FM на условиях, предусмотренных договором, в соответствии с согласованными с заказчиком медиа-планами.

Пунктом 3.1.1. договора от 11.10.2016 №23 установлено, что ЗАО обязано оказать индивидуальному предпринимателю услуги по размещению рекламных материалов в радио эфире в соответствии с медиа-планами с учетом реальной сетки вещания на момент выхода рекламных материалов в эфир.

В соответствии с пунктом 3.1.3. указанного договора общество имеет право не принимать к размещению на радио каналах Российской Федерации рекламные материалы, если они не соответствуют законодательству Российской Федерации о рекламе, а также стандартам качества, принятым на радио каналах Российской Федерации.

Согласно пункту 3.2.2. договора от 11.10.2016 №23 ИП Б. принимает на себя обязательство по предоставлению ЗАО рекламных материалов с соблюдением требований законодательства Российской Федерации, в том числе с соблюдением требований Закона о рекламе и части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации.

В соответствии с медиа-планом (приложением №1 к договору от 11.10.2016 №23) установлен следующий период и время выхода спорной рекламы: с 12.10.2016 по 13.10.2016 и с 17.10.2016 по 21.10.2016 в 07:23; 07:48; 08:23; 08:48; 11:23; 11:48; 12:23; 12:48; 13:23; 13:48; 14:23; 14:48; 15:23; 15:48; 16:23; 16:48; 17:23; 17:48; 18:23; 18:48; 19:23, а также в период с 15.10.2016 по 16.10.2016 в 11:23; 11:48; 12:23; 12:48; 13:23; 13:48; 14:23; 14:48; 15:23; 15:48; 16:23; 16:48; 17:23; 17:48 и 22.10.2016 в 11:48; 12:23; 12:48; 13:23; 13:48; 14:23; 14:48; 15:23.

Об исполнении договора от 11.10.2016 №23 свидетельствуют акт от 31.10.2016 №350, квитанция от 31.10.2016 №000422.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение требований части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

Рекламодателем спорной рекламы является ЗАО.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламодателям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Марийское УФАС России, изучив представленные в материалы дела доказательства, учитывая, отсутствие сведений устранения факта нарушения законодательства о рекламе, считает, необходимым выдать ЗАО предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу концерта группы «Князь» в г. Йошкар-Оле, распространявшуюся в эфире радиостанции «Блиц FM» - 105,5 FM следующего содержания: «22 октября. Клуб «Стоун». Юбилейный концерт группы «Князь». Всеми любимые и известные – хиты группы «Король и Шут». Легенда рока. Телефон в Йошкар-Оле 20-43-12», поскольку она нарушает требования части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».
2. Выдать закрытому акционерному обществу предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в соответствии со 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.

Председатель Комиссии

Члены Комиссии

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

ПО ДЕЛУ № 03-21/58-2016

«23» ноября 2016 года

г. Йошкар-Ола

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии –

член Комиссии –

член Комиссии –

на основании своего решения от «23» ноября 2016 года по делу № 03-21/58-2016 о признании ненадлежащей рекламы концерта группы «Князь» в г. Йошкар-Оле, распространявшуюся в эфире радиостанции «Блиц FM» - 105,5 FM следующего содержания: «22 октября. Клуб «Стоун». Юбилейный концерт группы «Князь». Всеми любимые и известные – хиты группы «Король и Шут». Легенда рока. Телефон в Йошкар-Оле 20-43-12», в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Закрытому акционерному обществу в семидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно прекратить распространение рекламы информационной продукции без указания категории данной продукции.

2. Закрытому акционерному обществу представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в течение трех дней с момента его исполнения.

Пунктом 2.4 статьи 19.5 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность за невыполнение в установленный срок законного решения, предписания федерального антимонопольного органа, его территориального органа о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии:

