

РЕШЕНИЕ

15 декабря 2014 г.

г. Чебоксары

Дело № 41-Р-2014

Резолютивная часть решения оглашена 02 декабря 2014 года

Решение в полном объеме изготовлено 15 декабря 2014 года

Комиссия Чувашского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

«...»

рассмотрев дело № 41-Р-2014, возбужденное в отношении редакции журнала «Моби Дик», по признакам нарушения части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе,

в присутствии:

главного редактора журнала «Моби Дик» «...»;

генерального директора ООО «Океан» «...»

УСТАНОВИЛА:

Управлением Роскомнадзора по Чувашской Республике-Чувашии в ходе мониторинга печатных средств массовой информации в журнале «Моби Дик» от 30.09.2014 № 2 выявлены признаки нарушения требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», выразившиеся в отсутствии сведений о категории информационной продукции.

На странице 60 вышеуказанного номера журнала «Моби Дик» размещена реклама информационной продукции – кинофильмов «Дракула», «Париж: Город мёртвых», «Судья», «Исчезнувшая» следующего содержания: «Дракула» в кино с 9 октября. Влад Дракула был величайшим правителем, доблестным воином и страстным мужчиной. Но судьба свела его с врагом, коварство которого не знало границ. И тогда Дракула заключил сделку – нечеловеческая сила в обмен на самую малость – бессменную душу...»; «Париж: Город мёртвых» в кино со 2 октября. Величие Эйфелевой башни и роскошь бутиков, ароматы изысканной кухни

и краски Елисейских полей – это лишь саван, под которым скрывается настоящий Париж. Здесь, в бесконечных катакомбах, живут истинные владыки этого мира. Заблудшая душа, добро пожаловать в Город мертвых...»; «Судья» в кино с 16 октября. В центре истории – успешный адвокат, который приезжает в родной город на похороны матери и узнает, что его страдающего болезнью Альцгеймера отца, городского судью, подозревают в её убийстве. Герой решается задержаться, чтобы выяснить правду, и постепенно лучше узнает родственников, с которыми давно вообще никак не общался»; «Исчезнувшая» в кино со 2 октября. Все было готово для празднования пятилетнего юбилея супружеской жизни, когда вдруг необъяснимо пропал один из виновников торжества. Остались следы борьбы и даже кровь, которую явно пытались стереть, - и цепочка (ключей) в игре под названием (охота за сокровищами); красивая, умная и невероятно изобретательная жена ежегодно устраивала её для своего обожаемого мужа. И похоже, что эти (ключи) – размещенные ею тут и там странные записки и не менее странные безделушки – дают единственный шанс пролить свет на судьбу исчезнувшей. Вот только не придется ли охотнику в процессе поиска раскрыть миру и пару-тройку собственных малосимпатичных тайн?».

Пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» определено, что 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.

Информация, распространенная в журнале «Моби Дик», является рекламой, поскольку обладает всеми квалифицирующими признаками данного понятия, определенного в пункте 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с частью 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", без указания категории данной информационной продукции.

Представители журнала «Моби Дик» пояснили, что допущенное нарушение устранено в добровольном порядке, что подтверждается очередным номером журнала от 04.12.2014.

Комиссия, изучив материалы дела, заслушав доводы представителей журнала «Моби Дик» приходит к следующему.

Согласно части 3 статьи 6 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» классификацию информационной продукции проводят по пяти категориям:

- 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+).

Согласно части 1 статьи 12 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» категория информационной продукции может обозначаться знаком информационной продукции и (или) текстовым предупреждением об ограничении распространения информационной продукции среди детей.

Под информационной продукцией согласно пункту 5 статьи 2 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» понимаются 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, и информация, размещаемая в информационно-телекоммуникационных сетях (в том числе в сети Интернет) и сетях подвижной радиотелефонной связи.

Реклама, распространенная в журнале «Моби Дик» от 30.09.2014 № 2, нарушает требования, установленные в части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», поскольку в ней отсутствует указание на категорию информационной продукции.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 10.1 настоящего Закона, несет рекламодатель.

В силу пункта 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, а именно, редакция журнала «Моби Дик».

В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33 Федерального закона «О рекламе» антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламодателям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В связи с тем, что редакция журнала «Моби Дик» представила информацию об устранении нарушения, Комиссия не считает необходимым выдать редакции названного журнала 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 законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространенную в журнале «Моби Дик» от 30.09.2014 № 2, поскольку в ней нарушены требования, установленные частью 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Не выдавать редакции журнала «Моби Дик» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 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

«...»