

## РЕШЕНИЕ

Дата принятия решения: 20 апреля 2017 года  
г. Иваново

Комиссия Ивановского УФАС России по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе (далее - Комиссия): <...>,

рассмотрев дело №03-31/2017-12, возбужденное по признакам нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»,

в отсутствие представителя заявителя: Управление Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Ивановской области (ИНН 3702058208, юридический адрес: 153012 г. Иваново, ул. Арсения, д. 24, оф. 206),

в присутствии законного представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе: ООО «ТРК Барс» (ИНН 3702028958, юридический адрес: 153022 г. Иваново, ул. Велижская, д.8),

а также законного представителя заинтересованного лица: ЗАО «Семью Семь Медиа» (ИНН 3729029148, юридический адрес: 153002 г. Иваново, ул. ул. Набережная, д.9)

<...>,

### УСТАНОВИЛА:

В Ивановское УФАС России поступило заявление Управления Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Ивановской области по факту превышения разрешенного объема рекламных материалов в газете «Иваново-Вознесенск» №2 от 20.05.2016.

В соответствии с ст.16 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон 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 пять 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.

Вместе с тем, на момент распространения указанного номера газеты действовала редакция ст.16 Закона о рекламе, согласно которой допустимый объем рекламы составлял 40% объема номера.

Факт распространения указанной рекламы подтверждается: заявлением, газетой «Иваново-Вознесенск» №2 от 20.05.2016.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия пришла к следующим выводам.

Законом Российской Федерации от 27 декабря 1991 г. №2124-1 «О средствах массовой информации» (далее – Закон о СМИ) предусмотрено, что распространение рекламы в средствах массовой информации осуществляется в порядке, установленном законодательством Российской Федерации о рекламе.

В соответствии со ст.2 Закона о СМИ под распространением продукции средства массовой информации понимаются продажа, подписка, доставка, раздача периодического печатного издания, аудио- или видеозаписи программы, вещание телеканала, радиоканала (телевизионное вещание, радиовещание), вещание телепрограммы, радиoproграммы в составе соответственно телеканала, радиоканала, демонстрация кинохроникальной программы, предоставление доступа к сетевому изданию, иные способы распространения.

За нарушение требований ст.16 Закона о рекламе согласно ч.7 ст. 38 данного закона ответственность несет рекламораспространитель.

Согласно свидетельству о регистрации СМИ №Т-1450 от 02.09.1999 газета «Иваново-Вознесенск» является общественно-политическим, информационным и культурно-просветительским изданием, т.е. не зарегистрирована в качестве издания, специализирующего на сообщениях и материалах рекламного характера. Учредителем газеты является ЗАО «Семью Семь Медиа».

В письменных пояснениях ЗАО «Семью Семь Медиа» (вх. №1103 от 05.04.2107) указано, что рекламораспространителем в данном случае является ООО «ТРК Барс», т.к. обязательства по изданию газеты (в том числе размещению в ней рекламы) переданы ООО «ТРК Барс» по договору от 16.05.2016 между учредителем, издателем и редакцией средства массовой информации – областной газеты «Иваново-Вознесенск». В соответствии с п. 2.5.1 указанного договора ООО «ТРК Барс» наделено правом на осуществление функции издателя и распространителя газеты.

Кроме того, в письменных пояснениях ЗАО «Семью Семь Медиа» факт нарушения ст.16 Закона о рекламе не признало, т.к. из объема номера в 8

полос пометкой «реклама» обозначены только 3 из них. Опубликованную на стр.1-3 и 6-7 указанного номера газеты информацию Общество не расценивает в качестве рекламы.

В материалы дела представлены письменные пояснения ООО «ТРК Барс» (вх. №1215 от 13.04.2017), в которых Общество также не признало рекламой рассматриваемую информацию о программах «Актуально», «По горячим следам», «Коммуналка» и «Мировая прогулка», опубликованную на стр.6-7 газеты. Свою позицию телекомпания аргументировала следующими доводами:

- в указанном номере газеты представлен обзор ситуации на рекламном рынке и обзор телепродуктов на телеканале «Барс»;
- практика привлечения внимания аудитории к телепроектам в печатных СМИ на нерекламной основе обычная для взаимодействия печатных и электронных СМИ;
- рассматриваемая информация не имеет одного из косвенных признаков рекламы – поддержания интереса (системности и неоднократности по аналогии с предвыборной агитацией), т.к. вышла рассматриваемая информация о продуктах телеканала единственный раз.

На заседании Комиссии представитель ООО «ТРК Барс» и ЗАО «Семью Семь Медиа» факт нарушения Закона о рекламе не признал, поддержал представленные ранее письменные пояснения.

Сообщил, что весь номер газеты, так или иначе, посвящен продукции телеканала «Барс», и при публикации Общество исходило из того, что СМИ имеет право с точки зрения обычаев делового оборота рассказывать о другой информационной продукции производящейся в одном холдинге. Пояснил, что целью номера было изложение аргументации о ситуации на рынке, а также привлечение внимания к медиагруппе, но так, чтобы это не выглядело рекламным буклетом. Кроме того, утверждал, что указанная при регистрации газеты тематика соблюдена.

Отвечая на вопрос о целевой аудитории номера газеты, обозначил ее следующим образом: государственные органы и посетители телеканала.

На вопросы членов комиссии ответил, что часть полос в рассматриваемом издании сопровождается пометкой «реклама» не по ошибке, Так:

- информация на стр. 4 о сайте [ivanovonews.ru](http://ivanovonews.ru) обозначена как реклама, т.к. сайт является отдельной информационной площадкой, находящаяся в медиагруппе, кроме того, на странице указана стоимость размещения материалов;
- информация на стр. 5 с информацией о программе «Губерния» привлекает внимание еще и к кабельным операторам, к которым можно подключиться

для просмотра ТВ и программ телеканала «Барс», а также содержит указание на их коммерческие обозначения и телефонные номера;

- на стр. 8 опубликована информация о – телеобъявлениях, которые являются чисто коммерческими продуктами телеканала.

Дополнительно сообщил, что тот объем информации в газете, который обозначен как реклама, составляет менее 40% объема печатного издания. Считает, что оценке подлежит не отдельные стр.6-7 газеты, а рассматриваемый разворот издания в целом. Вместе с тем, не согласился с тем, что тогда нужно рассматривать весь номер издания в целом с учетом обозначенной на первой странице темы.

Также представитель ООО «ТРК Барс» указал на возможность применения аналогии с избирательным законодательством при отнесении информации к рекламе. По словам <...>, такой признак рекламы как системность и неоднократность следует из духа Закона о рекламе, хоть и не указан в нем.

Комиссия с аргументами представителя ООО «ТРК Барс» и ЗАО «Семью Семь Медиа» не согласилась по следующим основаниям.

Согласно ст. 3 Закона о рекламе реклама – это информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирования и поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.

Информация, опубликованная на стр. 4-8 газеты «Иваново-Вознесенск» №2 от 20.05.2016 подпадает под определение рекламы и содержит все её признаки:

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к нескольким объектам рекламирования, в том числе к телекомпания «Барс», телепрограммам «Губерния», «Актуально», «По горячим следам», «Коммуналка», «Мировая прогулка», «Городская хроника», «Биржа труда», «Совинформбюро», «Погода в губернии», новостному сайту [ivanovonews.ru](http://ivanovonews.ru); к кабельным операторам («Рэста», «Горизонт», «Интеркомтел», «Билайн», «МТС», «Ростелеком»), а также услугам по размещению информационных материалов, рекламных баннеров и объявлений, участию в программе «Актуально»;

- призвана формировать и поддерживать интерес к объектам рекламирования, способствует их продвижению на рынке.

Аналогия с понятием «предвыборная агитация» в случае отнесения информации к рекламе не применима, т.к. Закон о рекламе не содержит указание на неоднократность (системность) как признак рекламы. В отличие от Федерального закона от 12.06.2002 №67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан

Российской Федерации», где в ч.2.1 ст.48 в качестве признака «предвыборной агитации» прямо и однозначно указано на неоднократность совершаемых действий по созданию положительного или отрицательного отношения избирателей к кандидату (избирательному объединению).

Дословно указанная статья изложена следующим образом: «действия, совершаемые при осуществлении представителями организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, и представителями редакций сетевых изданий профессиональной деятельности и указанные в подпункте «а» пункта 2 настоящей статьи, признаются предвыборной агитацией в случае, если эти действия совершены с целью побудить избирателей голосовать за кандидата, кандидатов, список, списки кандидатов или против него (них), а действия, указанные в подпунктах «б» - «е» пункта 2 настоящей статьи, - в случае, если эти действия совершены с такой целью неоднократно.

На первой странице рассматриваемого печатного издания указаны темы номера газеты: «Бизнесмены в Иванове теряют сотни тысяч рублей», «Как может помочь формат телеобъявлений? Три предложения для решения проблем с информированием аудитории», «Советы экспертов. Как правильно инвестировать средства в продвижение своих товаров и услуг», «Интернет вырывается вперед», «20:00 – самое рейтинговое время. Три проекта, которые вырвались вперед на ивановском ТВ». При этом в информационном материале под заголовком «Советы экспертов» на стр.2-3 указанного номера газеты утверждается, что «ТВ-реклама – лидер среди всех инструментов продвижения продуктов и услуг», приводятся расчеты о потенциальной аудитории, которая смотрит региональную рекламу на федеральных телеканалах с региональной рекламой и ТНТ-Барс с региональной рекламой.

Перечисленные объекты рекламирования (программы телеканала «Барс») подпадают под определение информационной продукции, указанное в ч. 5 ст.2 Федерального закона от 29 декабря 2010 года №436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», где это предназначенная 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.

Исходя из изложенного, Комиссия сделала вывод о том, что весь номер газеты направлен на привлечение внимания и поддержание интереса к телеканалу «Барс» и его информационной продукции. Поэтому вопрос об отнесении опубликованной информации следует рассматривать, учитывая данный контекст.

Вместе с тем, отнесение к рекламе информации, опубликованной на стр.4, 5 и 8 печатного издания, не оспаривалось ООО «ТРК Барс» и ЗАО «Семью Семь Медиа». Кроме того, указанные полосы газеты сопровождаются пометкой «реклама».

На заседании Комиссии представитель ООО «ТРК Барс» признал спорным упоминание о стоимости участия в программе «Актуально» на стр.6 газеты.

Однако, по словам Кустова С.Б., данная программа - это общественно-политический проект, и указание на возможность участия в нем является информированием о возможности оказания услуги по предоставлению эфирного времени и позиционирования себя в информационном поле.

При вынесении решения об отнесении к рекламе информации о программах «Актуально» (стр.6), «По горячим следам», «Коммуналка» и «Мировая прогулка» (стр.7) Комиссия приняла во внимание результаты обсуждения соответствующего вопроса на заседании Экспертного совета по применению законодательства о рекламе (далее - Экспертный совет), состоявшегося 17 апреля 2017 года. Так, большинством голосов члены Экспертного совета решили из информации о программах «Актуально», «По горячим следам», «Коммуналка» и «Мировая прогулка», опубликованной в газете «Иваново-Вознесенск» №2 от 20.05.2016, признать рекламой только печатную полосу на стр. 6 указанного номера периодического печатного издания.

Таким образом, общая площадь опубликованной в рассматриваемом номере газеты рекламы составила 4 из 8 полос, т.е. 50% объема одного номера. Кроме того, на стр.6 газеты «Иваново-Вознесенск» №2 от 20.05.2016 отсутствует необходимая в соответствии со ст.16 Закона о рекламе пометка «реклама» или «на правах рекламы».

Вместе с тем, в Ивановское УФАС России предоставлены сведения о том, что указанный номер периодического печатного издания распространялся в Иванове только в период с мая по июнь 2016 года.

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 рекламу информационной продукции, а именно программы «Актуально», опубликованную в газете «Иваново-Вознесенск» №2 от 20.05.2016 на стр.6, ненадлежащей, поскольку при ее распространении были нарушены требования ст.16 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» о необходимости пометки «реклама» или «на правах рекламы».
2. Признать факт нарушения требования ст.16 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» о превышении допустимого объема рекламы при ее распространении в газете «Иваново-Вознесенск» №2 от 20.05.2016.
3. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать, в связи с прекращением распространения указанной рекламы.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Ивановского УФАС России для решения вопроса в соответствии со ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 25 апреля 2017 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном ст. 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Подписи членов Комиссии