

Определение о прекращении производства по делу № Р 15-04/15

01 декабря 2015 года

№ 03-01/10752

Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Коми УФАС России) по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия), в составе: <...>; рассмотрев дело № Р 15-04/15, возбужденное в отношении ООО «ОКО» по факту распространения в газете «Око Воркуты» от 12.12.2014 № 51 (575) реклам с признаками нарушения требований ст. 16 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в отсутствие:

- заявителя Управления Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Республике Коми (далее – Управление Роскомнадзора по Республике Коми), надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте рассмотрения дела, что подтверждается уведомлением о вручении 09.04.2015 почтового отправления № 16799190856634. Ходатайством от 16.11.2015 № 5006-03/11 (вход. № 6569 от 17.11.2015) Управление Роскомнадзора по Республике Коми просит рассмотреть дело № Р 15-04/15 в отсутствие представителя;

- ООО «ОКО», надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте рассмотрения дела, что подтверждается уведомлением о вручении 23.11.2015 почтового отправления № 16799190856641. Ходатайством от 10.11.2015 (вход. № 2866 эл. от 10.11.2015) ООО «ОКО» просит рассмотреть дело № Р 15-04/15 в отсутствие представителя,

УСТАНОВИЛА:

В Коми УФАС России поступило обращение Управления Роскомнадзора по Республике Коми от 05.02.2015 № 387-01/11 (вход. № 703 от 06.02.2015) о превышении объёма рекламы в газете «Око Воркуты» от 12.12.2014 № 51 (575).

По результатам рассмотрения обращения принято решение о возбуждении дела № Р 15-04/15 по признакам нарушения ст. 16 Закона о рекламе в отношении ООО «ОКО».

Срок рассмотрения дела продлен, рассмотрение дела дважды откладывалось (Определение от 07.05.2015 № 03-01/3828, Определение от 27.05.2015 № 03-01/4405), в связи с отсутствием сведений о надлежащем извещении ООО «ОКО» о дате,

времени и месте рассмотрения дела, по адресу указанному в ЕГРЮЛ.

Из материалов рекламного дела № Р 15-04/15 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

В результате рассмотрения материалов по указанному заявлению установлено следующее.

В соответствии со ст. 16 [Закона 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.

Согласно ст. 2 Закона РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» под периодическим печатным изданием понимается газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, имеющее постоянное наименование (название), текущий номер и выходящее в свет не реже одного раза в год.

Согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации серии ПИ № 3-6934 от 01.12.2003 года, средство массовой информации «Око Воркуты» не зарегистрировано в качестве специализирующегося на сообщениях и материалах рекламного характера (реклама – не более 40%), форма периодического распространения – газета.

В результате подсчета, объем рекламы в газете «Око Воркуты» от 12.12.2014 № 51 (575) составил 42,27 % (общая площадь газеты - 7 507,20 кв. см, а площадь размещенной рекламы в газете - 3 173,68 кв. см; $3\ 173,68 \cdot 100 / 7\ 507,20 = 42,27\%$).

Таким образом, объём рекламы, размещенный в периодическом печатном издании – газета «Око Воркуты» от 12.12.2014 № 51 (575), превышает объём рекламы, допустимый в соответствии со ст. 16 Закона о рекламе.

ООО «ОКО» письмом от 29.05.2015 (вход. № 3166 от 03.06.2015) представленным в материалы рекламного дела пояснило, что согласно приведенному расчету (ширина и высота газетной площади 28,5 см 39,9 см соответственно, $28,5 \cdot 39,9 = 1\ 137,15$ кв. см * 8 = 9 097,2 кв. см, объем рекламы на восьми страницах 3 016 кв. см, $3\ 016 \cdot 100 / 9\ 097,2 = 33,15\%$), ООО «ОКО» не превысило допустимый объем рекламы.

Определением от 10.06.2015 № 03-01/4967 дело № Р 15-04/15 было приостановлено для выяснения дополнительных обстоятельств и получение заключения ФАС России.

ФАС России письмом от 25.06.2015 № АК/31807/15 пояснила, поскольку особенности порядка расчета объема рекламы в печатном издании Федеральный закон «О рекламе» не устанавливает, объем рекламы, по мнению специалистов ФАС России, следует исчислять исходя из общей площади печатного издания,

включая как текстовую, так и графическую информацию, в том числе, поля страниц.

Таким образом, с учетом разъяснений ФАС России, объем рекламы в газете «Око Воркуты» от 12.12.2014 № 51 (575) составляет 34,52 % (ширина и высота газетной площади 28,8 см и 39,9 см соответственно, $28,8 * 39,9 = 1\,149,12$ кв. см * 8 = 9 192,96 кв. см – общая площадь газеты, а площадь размещенной рекламы в газете - 3 173,68 кв. см; $3\,173,68 * 100 / 9\,192,96 = 34,52\%$).

С учетом изложенного, достаточных оснований полагать, что нарушения ст. 16 Закона о рекламе, в части превышения допустимого объема рекламы, в газете «Око Воркуты» от 12.12.2014 № 51 (575), у Комиссии не имеется.

В соответствии с пунктом 3.56 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12 (далее – Регламент), Комиссия принимает решение о прекращении рассмотрения дела, если в процессе рассмотрения дела будет установлено, в том числе отсутствие фактов нарушения законодательства о рекламе.

На основании изложенного, руководствуясь подпунктом «а» пункта 36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, пунктами 3.56, 3.57 Регламента, Комиссия

ОПРЕДЕЛИЛА:

Производство по делу № Р 15-04/15 в отношении ООО «ОКО» прекратить.

Председатель Комиссии _____ <...>

Члены Комиссии _____ <...>

_____ <...>