

РЕШЕНИЕ

по делу № 08-04-18/08

18 октября 2018 года г. Мурманск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

Председателя комиссии – заместитель руководителя управления – Попова Ирина Николаевна;

Членов комиссии: начальника отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Коптева А.С., главного специалиста-эксперта отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Мороз С.В.,

рассмотрев дело № 08-04-18/08 от 31.08.2018 по признакам нарушения Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (Далее - Закон о рекламе) в присутствии представителей общества с ограниченной ответственностью «3.14 Медиа» (далее - Общество, ООО «3.14 Медиа») главного редактора журнала «Геометрия» <...>, адвоката <...> (по доверенностям)

и индивидуального предпринимателя Ждановой Я. О. (далее по тексту – предприниматель, ИП Ждановой Я.О.).

УСТАНОВИЛА

Управление Роскомнадзора по Мурманской области в рамках «Соглашения об организации взаимодействия и сотрудничества» направило в управление Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области материалы плановой проверки средства массовой информации – журнала «Geometria Мурманск» № 3, 2018, учредитель ООО «3.14 Медиа» (ИНН 5190024912, ОГРН 1135190010449).

В ходе проверки Управлением Роскомнадзора по Мурманской области выявлены признаки нарушения статьи 16 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (Далее - Закон о рекламе).

В соответствии со статьей 3 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (Далее - Закон о рекламе)

реклама - это 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;

ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации;

рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;

В соответствии частью 11 статьи 5 Закона о рекламе при производстве,

размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

В соответствии со статьей 2 Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 24.11.2014) "О средствах массовой информации", под средством массовой информации понимается периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием);

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.

Определение о возбуждении дела 08-04-18/08 направлено 31.08.2018г участникам: ООО «3.14 Медиа» и ИП Ждановой Я.О. по юридическим адресам. Рассмотрение дела 08-04-18/08 назначено на 01.10.2018г. в 11:00.

В назначенную дату индивидуальный предприниматель Жданова Я.О. на рассмотрение дела не явилась, ходатайств и заявлений в адрес антимонопольного органа не направила, запрашиваемые документы не представила.

Рассмотрение дела состоялось в присутствии представителя ООО «3.14 Медиа» главного редактора журнала <...>, которая не представила запрашиваемую информацию. Учредительные документы были представлены Комиссии на обозрение, без представления заверенных копий и письменных пояснений, подкрепленных документами.

Представитель юридического лица озвучила свою позицию по существу дела, признав, что журнал «Геометрия» в противоречии требованиям рекламного законодательства, на обложке и в выходных данных не содержит наименование журнала, выполненное на русском языке и указание специализации печатного издания, не содержит, требуемую пометку «реклама» в рекламных материалах, вышедших в №3, 2018 года журнала «Geometria Мурманск» (Геометрия Мурманск).

Вместе с тем, представитель считает, что реклама лаунж кафе «Smoking» не демонстрирует процессы курения в рекламе.

Руководствуясь пунктом 34 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 N 508 (далее - Правила) комиссия отложила рассмотрение дела 08-04-18/08, в связи с неявкой участника рассмотрения ИП Ждановой Я.О., а также с необходимостью получения ранее запрашиваемых и не представленных, участниками дела, документов и назначила рассмотрение на 18.10.2018 года.

В назначенную дату, в присутствии представителей сторон Комиссия в прежнем составе заслушала позицию присутствующих представителей сторон, изучила представленные материалы и рекламу.

Представитель ООО «3.14 Медиа» пояснила, что в выпуске №3 периодического печатного издания «Геометрия Мурманск» размещена реклама лаунж кафе «Smoking» с использованием фотографий, которые представил рекламодатель, а рекламодатель отобрал и разработал макет рекламы.

По мнению представителя, фотографии были отобраны Обществом с учетом требования рекламного законодательства, чтобы избежать демонстрации процесса курения (на фотографиях нет человека который непосредственно курит). Объектом рекламирования, по мнению ООО «3.14 Медиа», является лаунж кафе «Smoking», что в одном из вариантов перевода «парящий».

ООО «3.14 Медиа» считает, что реклама «лаунж кафе «Smoking» в выпуске журнала №3-2018 «Геометрия Мурманск» не противоречит требованиям рекламного законодательства.

При этом Общество не отрицает, что в журнале не соблюдены требования статьи 16 Закона о рекламе, на обложке журнала отсутствует специализация журнала и не все рекламы, размещенные в журнале имеют требуемую законом пометку «реклама»/ «на правах рекламы».

Согласно пояснениям индивидуального предпринимателя Ждановой Я.О., в мае 2018 года к ней обратился главный редактор журнала с предложением, разместить рекламу в журнале «Геометрия Мурманск», с учетом отснятого мероприятия, проводимого в кафе. Предприниматель дала согласие на размещение рекламы, отобрала часть из предложенных фотографий для оценки специалистами журнала на соответствие рекламному законодательству. По её мнению, на фотографиях отсутствует процесс курения, люди на фотографиях держат только мундштуки.

ИП Ждановой Я.О. представила электронную переписку с журналом «Геометрия Мурманск», из которой следует, что конечный отбор фотографий произвели специалисты журнала и сформировали конечный макет рекламы.

Учредителем журнала «Geometria Мурманск» является общество с ограниченной ответственностью ООО «3.14 Медиа» (ИНН5190024912 , ОГРН 1135190010449).

Единственным учредителем ООО «3.14 Медиа» по Решению №1 от 21.09.2013г является <...>

Из Устава Общества следует, что единоличным исполнительным органом ООО «3.14 Медиа» является генеральный директор <...>

<...> Приказом от 20.11.2017 года назначил на должность главного редактора журнал «Geometria Мурманск» <...>

Общество осуществляет полиграфическую(8.12) и издательскую (58.19) деятельность.

Согласно Свидетельству о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ51-00351 от 06.07.2017г журнал «Geometria Мурманск» (Геометрия Мурманск) является периодическим печатным, русскоязычным изданием, зарегистрированным, как информационный, развлекательный журнал, реклама в соответствии с законодательством Российской Федерации о рекламе.

Журнал «Geometria Мурманск» №3, 2018 на обложке и в выходных данных не содержит информации о специализации журнала, при этом, обложка журнала содержит рекламу ресторана «Dekante» и магазина «Primo», на странице 30 рекламу интим – магазина «HETERA» без сопровождения уведомлением «реклама», «на правах рекламы», что вводит потребителей печатных изданий в заблуждение и нарушает требование статьи 16 Закона о рекламе.

Согласно статье 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.

Кроме того, в силу части 11 статьи 5 Закона о рекламе наименование журнала, издаваемого в Российской Федерации, должно быть выполнено на государственном языке Российской Федерации.

В соответствии с Конституцией Российской Федерации государственным языком Российской Федерации на всей ее территории является русский язык (часть 1 статьи 1 Федерального закона N 53-ФЗ).

Согласно пункту 10 части 1 статьи 3 Федерального закона N 53-ФЗ государственный язык Российской Федерации подлежит обязательному использованию в рекламе.

Следовательно, Федеральные законы "О рекламе" и "О государственном языке Российской Федерации" содержат требования, предъявляемые к использованию русского языка при размещении рекламы.

В этой связи, обложка журнала должна содержать перевод названия журнала «Geometria» на русский язык.

Комиссией установлено и Обществом не оспаривается, что издаваемый ООО «3.14 Медиа» русскоязычный журнал «Geometria Мурманск» №3, 2018 на обложке и в выходных данных не содержит информацию о специализации журнала и не имеет перевод названия на русский язык, а также не сопровождает рекламные материалы пометками «реклама»/ «на правах рекламы» в нарушении требований части 11 статьи 5 и статьи 16 Закона о рекламе.

Комиссия, проанализировав представленные материалы и рекламу «лаунж кафе «Smoking» на странице 24-25 журнала «Geometria Мурманск» №3, 2018, не согласилась с доводами сторон.

Экономической целью размещения рекламы для лица, осуществляющего производство, реализацию товара (работ, услуг), является продвижение и продажа услуг и товаров покупателю и конечному потребителю.

ИП Жданова Я.О. осуществляет деятельность баров, кафе, ресторанов (55.40,

55.30) в соответствии с ЕГРИП.

ИП Жданова Я.О. заключила 14.05.2018 с ООО «3.14 Медиа» договор на размещение рекламы в журнале.

Предприниматель, согласно пункту 2.1.2 и 2.1.3 предоставила информацию, для изготовления оригинал макета и утвердила конечный макет рекламы, что подтверждается материалами дела.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе под рекламой понимается 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 неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе объект рекламирования - это 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.

Таким образом, к рекламе относятся, в том числе, направленные на привлечение внимания и адресованные неопределенному кругу лиц наименование юридического лица, индивидуального предпринимателя или название торгового предприятия данного лица (их средства индивидуализации), независимо от указания или не указания также профиля деятельности данного лица, контактной информации, производимых или реализуемых товаров, иных сведений; а также наименование товара, иные средства индивидуализации товара (в том числе товарный знак, логотип), независимо от указания или не указания вида товара, мест реализации данного товара, описания его свойств и иных сведений.

В соответствии с пунктом 2 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Закона о рекламе" размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

Рассматриваемая реклама: «Lounge cafe «Smoking» День Рождения. Нам 1 год! 1 апреля. Бронь столов... Розыгрыш сертификата Фокусник. Комплимент от заведения бокал игристого адрес... тел..», с изображением молодых людей употребляющих кальян, продвигает кафе «Lounge cafe «Smoking» и кальянные услуги.

Реклама содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве, предназначена для неопределенного круга лиц (размещена в периодическом журнале), формирует и поддерживает интерес к кафе «Lounge cafe «Smoking» и его услугам (изображены кальянные услуги, реализуемые кафе), преследует строго заданные цели продвижение кафе и его услуг.

Объектами рекламирования являются:

-кафе «Lounge cafe «Smoking»

-кальянные услуги;

Федеральный закон от 22 декабря 2008 года № 268-ФЗ «Технический регламент на табачную продукцию» определил:

табак - растение рода *Nicotiana* семейства пасленовых видов *Nicotiana Tabacum*, *Nicotiana Rustica*, возделываемое в целях получения сырья для производства табачных изделий;

табачные изделия - продукты, полностью или частично изготовленные из табачного листа в качестве сырьевого материала, приготовленного таким образом, чтобы использовать для курения, сосания, жевания или нюханья;

вид табачного изделия - совокупность курительных и некурительных табачных изделий, сходных по потребительским свойствам и способу потребления. К ним относятся сигареты, сигары, сигариллы (сигариты), папиросы, табак для кальяна, табак курительный тонкорезанный, табак трубочный, биди, кретек, табак сосательный (снюс), табак жевательный, табак нюхательный, насвай и другие табачные изделия;

табак для кальяна - вид курительного табачного изделия, предназначенного для курения с использованием кальяна и представляющего собой смесь резаного или рваного сырья для производства табачных изделий с добавлением или без добавления нетабачного сырья и иных ингредиентов.

Кальян (перс. ■■■■■ — ghalyân, ghalyun) — прибор для курения, позволяющий фильтровать и охлаждать вдыхаемый дым. Роль фильтра играет шахта кальяна, на холодных стенках которой конденсируются различные примеси, и сосуд с жидкостью, в которой осаждаются до 38 % содержащихся в дыме веществ(1). В сосуд вставлена курительная чашка (чили́м), соединённая с трубкой (шахтой), конец которой уходит под воду. Выше уровня воды из сосуда отходит ещё одна трубка, через которую производится вдыхание дыма. При курении в сосуде кальяна создаётся разрежение, благодаря чему дым поднимается сквозь жидкость и через трубку с чубуком попадает в лёгкие курильщика.

Комиссия рассмотрела рекламу с точки зрения её восприятия потребителем, учитывая в совокупности способ размещения рекламы, форму и содержание рекламы.

Обратимся к англо-русскому словарю и переведем название кафе:

smoking суц. —курение, выкуривание, дымление; lounge суц. —зал, салон,

гостиная; smoking lounge -курительный зал.

Реклама лаунж кафе «Smoking lounge» сопровождается предупредительной надписью о вреде курения с указанием категории информационной продукции 18+ и уведомлением «на правах рекламы».

Комиссия, проанализировав в совокупности фотографии, используемые в рекламе (изображения людей с курительными принадлежностями и кальяном), название кафе «Smoking lounge» (в переводе курительный зал), а также предупредительной надписью «о вреде курения», приходит к выводу о том, что целью рекламы является продвижение кальянных услуг.

Реклама занимает полную развертку журнала, т.е. две страницы и в основном состоит из фотографий заведения.

Из двенадцати используемых в рекламе фотографий на семи фотографиях изображены люди с мундштуками в руках, либо во рту и на одной из них изображен кальян с дымящимися струйками.

Представленная в таком виде реклама создает впечатление демонстрации процессов курения, что является предпосылкой для неправильного восприятия рекламы потребителями.

В рекламе сделан акцент на формирование или поддержание интереса к курению кальяна, т.е. продвижение кальянных услуг кафе «Smoking lounge».

Использование в рекламе фотографий кальяна в соседстве с людьми, держащими мундштуки(одна из неотъемлемых частей кальяна), а также название кафе «Курительный зал» очевидно вызывает ассоциацию у потребителей с определенным товаром – кальяном.

Как разъяснил Президиум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации в пункте 16 Информационного письма от 25.12.1998 N 37, информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Пунктом 3 части 5 статьи 5 Закона о рекламе определено, что в рекламе не допускается демонстрация процессов курения и потребления алкогольной продукции.

Согласно части 8 статьи 7 Закона о рекламе, не допускается реклама табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок.

Учитывая изложенное, Комиссия признала рекламу: «Lounge cafe «Smoking» День Рождения. Нам 1 год! 1 апреля. Бронь столов...Розыгрыш сертификата Фокусник. Комплимент от заведения бокал игристого адрес... тел..», с изображением молодых людей употребляющих кальян на странице 24-25 журнала «Геометрия Мурманск» (Геометрия Мурманск) №3, 2018 года ненадлежащей, нарушающей требованиям пункта 3 части 5 статьи 5 и части 8 статьи 7 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктами 6 и 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение статьи 16, части 11 статьи 5 и статьи 7 Закона возложена на

рекламораспространителя, за нарушение пункта 3 части 5 статьи 5 и части 8 статьи 7 на рекламоделателя.

Из договора б/ н от 14.05.2018 года следует, что заказчиком рекламы является ИП Жданова Я. О., исполнителем ООО «3.14 Медиа».

Материалами дела подтверждается, что ИП Жданова Я. О. осуществляет деятельность в кафе «Lounge cafe «Smoking», в целях продвижения своего заведения и услуг, заключила договор на размещение рекламы в журнале «Geometria Мурманск» (Геометрия Мурманск) №3,2018года и утвердила спорный оригинал-макет рекламы.

Рекламоделателем является ИП Жданова Я. О. (ИНН 519090561565, ОГРНИП 316519000056621).

Рекламораспространителем является ООО «3.14 Медиа»(ИНН 5190024912, ОГРН 1135190010449).

Из представленных пояснений следует, что главный редактор журнала«Geometria Мурманск» <...>, назначенная Приказом генерального директора ООО «3.14 Медиа» 20.11.2017г на должность, принимала решение о размещении рекламного материала ИП Ждановой Я.О. и подписывала журнал в печать 20.06.2018.

Пунктами 2.1.8. и 2.3.5 договора б/н от 14.05.2018 определено, что исполнитель и заказчик обязаны соблюдать особенности рекламы отдельных видов товаров, установленных Законом о рекламе.

Вместе с тем, пунктом 2.4.5 договора исполнителю дано право отказать в публикации рекламного материала заказчика на страницах издания, если в нем содержится информация, противоречащая действующему законодательству.

Законом о рекламе установлен безусловный запрет на рекламу любой табачной продукции, что отвечает законодательным тенденциям, направленным на ужесточение ответственности за распространение подобной рекламы, а также ограничение курения любых табачных изделий (Федеральный закон от 23.02.2013 N 15-ФЗ "Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака").

Следовательно, ООО «3.14 Медиа» обязано было проконтролировать работу подчиненных и не допустить распространение ненадлежащей рекламы.

В данном случае, у общества имелась возможность определить и проверить содержание рекламы на соответствие действующему законодательству и согласовать с заказчиком изменения в содержании либо не публиковать рекламные материалы, не отвечающие Закону о рекламе.

Обществом не представлены доказательства принятия им исчерпывающих мер к предотвращению нарушения требований Закона о рекламе при осуществлении им деятельности по изготовлению рекламной продукции. Исключительных обстоятельств, свидетельствующих о невозможности своевременного исполнения обществом возложенной на него обязанности, также не усматривается.

Руководствуясь пунктом 2 части 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, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, размещенную в журнале «Geometria Мурманск» №3, 2018: ресторана «Dekante», магазина «Primo»; интим – магазина «HETERA» без сопровождения уведомлением «реклама», «на правах рекламы» и без указания на обложке специализации журнала, ненадлежащей не соответствующей требованиям статьи 16 Закона, а также рекламу: «Lounge cafe «Smoking» ненадлежащей, не соответствующей требованиям части 8 статьи 7 и пункта 3 части 5 статьи 5 Закона о рекламе.

2. Признать ООО «3.14 Медиа» и ИП Жданову Я. О. нарушившими статью 16, часть 11 статьи 5 и часть 8 статьи 7; пункт 3 части 5 статьи 5 и часть 8 статьи 7 Закона о рекламе, соответственно.

3. Выдать предписание ООО «3.14 Медиа» и ИП Ждановой Я. О. о прекращении нарушения рекламного законодательства и соблюдении статьи 16 и части 11 статьи 5, части 8 статьи 7; пункта 3 части 5 статьи 5 и части 8 статьи 7 Закона о рекламе в соответствии с установленной ответственностью.

Резолютивная часть решения объявлена 18 октября 2018 года.

Решение в полном объеме изготовлено 30 октября 2018 года.

Решение может быть обжаловано в суд (арбитражный суд) в течение трех месяцев со дня изготовления решения в полном объеме.

Председатель комиссии:

И.Н. Попова

Члены комиссии:

А.С. Коптев

С.В. Мороз

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе по делу

№ 08-04-18/08

18.10.2018 года

г. Мурманск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

Председателя комиссии – заместитель руководителя управления – Попова Ирина Николаевна;

Членов комиссии: начальника отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Коптева А.С., главного специалиста-эксперта отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Мороз С.В.,

на основании своего решения по делу № 08-04-18/08 о признании размещенной в журнале «Geometria Мурманск» №3, 2018 рекламы: «ресторан «Dekante», «магазин «Primo»; «интим – магазин «HETERA» без сопровождения уведомлением «реклама», «на правах рекламы» и в отсутствии специализации журнала, ненадлежащей не соответствующей требованиям статьи 16 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ, а также рекламы: «Lounge cafe «Smoking» на странице 24-25 журнала, демонстрирующей кальян и курительные принадлежности ненадлежащей, не соответствующей требованиям части 8 статьи 7 Закона о рекламе,

руководствуясь пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Рекламораспространителю – ООО «3.14 Медиа» (ИНН 5190024912, ОГРН 1135190010449) прекратить нарушение части 11 статьи 5 и статьи 16, части 8 статьи 7 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ и обеспечить соблюдение в журнале «Geometria Мурманск» указанных требования при размещении рекламы, а именно русскоязычный журнал «Geometria Мурманск» на обложке и в выходных данных должен содержать информацию о специализации журнала, иметь перевод названия журнала на русский язык, а также сопровождать рекламные материалы пометками «реклама»/ «на правах рекламы». Вместе с тем, соблюсти требования части 8 статьи 7 Закона при размещении рекламы и не допускать рекламу курительных принадлежностей и кальяна.

2. Об исполнении предписания и принятых мерах сообщить в УФАС по Мурманской области до 18 декабря 2018 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ФАС России вправе, в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке,

предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель комиссии:

И.Н. Попова

Члены комиссии:

А.С. Коптев

С.В. Мороз

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе по делу

№ 08-04-18/08

18.10.2018 года

г. Мурманск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

Председателя комиссии – заместитель руководителя управления – Попова Ирина Николаевна;

Членов комиссии: начальника отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Коптева А.С., главного специалиста-эксперта отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Мороз С.В.,

на основании своего решения по делу № 08-04-18/08 о признании размещенной в журнале «Геометрия Мурманск» №3, 2018 рекламы: «Lounge cafe «Smoking» День Рождения. Нам 1 год! 1 апреля. Бронь столов...Розыгрыш сертификата Фокусник. Комплимент от заведения бокал игристого адрес... тел..», с изображением молодых людей демонстрирующих курительные принадлежности, кальян и процесс потребления кальяна ненадлежащей, не соответствующей требованиям части 8 статьи 7 и пункта 3 части 5 статьи 5 Закона о рекламе,

руководствуясь пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Рекламодателю - ИП Ждановой Я. О. (ИНН 519090561565, ОГРНИП

316519000056621)

прекратить нарушение части 8 статьи 7 и пункта 3 части 5 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ и обеспечить при размещении рекламы в средствах массовой информации, в виде наружной рекламы соблюдение указанных требований законодательства, а именно, не допускать рекламу курительных принадлежностей, кальяна и демонстрацию процессов курения.

2. Об исполнении предписания и принятых мерах сообщить в УФАС по Мурманской области до 18 декабря 2018 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ФАС России вправе, в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель комиссии:

И.Н. Попова

Члены комиссии:

А.С. Коптев

С.В. Мороз