

17 сентября 2015 года

г. Ижевск

Председатель постоянно действующей Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Удмуртской Республике по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, <...> – заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Удмуртской Республике, рассмотрев факт размещения рекламы мероприятия Глазовского краеведческого музея – «Дни семейного отдыха» без указания знака информационной продукции в приложениях к газете «Мой город Глазов» №№ 24 от 25.06.2015 г. и 25 от 02.07.2015 г. «Теленеделя»,

УСТАНОВИЛ:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Удмуртской Республике (далее - Удмуртское УФАС России) 19.08.2015 г. (вх. №№ 6682, 6683) поступили обращения гражданина <...> о систематическом нарушении законодательства Российской Федерации при размещении рекламы в газете «Мой город Глазов» с приложением таблицы нарушений и номеров данной газеты.

В частности, заявитель указывает, что в приложениях к газетам «Мой город Глазов» №№ 24 от 25.06.2015 г. и 25 от 02.07.2015 г. «Теленеделя» размещена реклама зрелищного мероприятия Глазовского краеведческого музея – «Дни семейного отдыха» без указания знака информационной продукции.

В соответствии с пунктом 1) статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «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, формирование и поддержание интереса к нему, и его продвижение на рынке.

Под объектом рекламирования понимается 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.

Иными словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять следующим условиям, а именно:

- предназначаться для неопределённого круга лиц;
- привлекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;
- способствовать продвижению объекта рекламирования (товара) на рынке.

Информация, размещенная в приложениях к газетам «Мой город Глазов» №№ 24 от

25.06.2015 г. и 25 от 02.07.2015 г. «Теленеделя», направлена на привлечение внимания к зрелищному мероприятию Глазовского краеведческого музея – «Дни семейного отдыха», содержит указание на режим работы мероприятия, телефон для справок, способствует продвижению данного мероприятия на рынке, и, следовательно, является рекламой указанной информационной продукции.

В соответствии с частью 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «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», без указания категории данной информационной продукции.

Согласно части 3 статьи 6 Федерального [закона](#) от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» классификация информационной продукции осуществляется в соответствии с требованиями настоящего Федерального закона 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.

В соответствии с частью 6 статьи 6 Федерального [закона](#) от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», сведения, полученные в результате классификации информационной продукции, указываются ее производителем или распространителем в сопроводительных документах на информационную продукцию и являются основанием для размещения на ней знака информационной продукции и для ее оборота на территории Российской Федерации.

Согласно статье 12 Федерального [закона](#) от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», обозначение категории информационной продукции знаком информационной продукции и (или) текстовым предупреждением об ограничении распространения информационной продукции среди детей осуществляется с соблюдением требований настоящего Федерального закона ее производителем и (или) распространителем следующим образом:

- 1) применительно к категории информационной продукции для детей, не достигших возраста шести лет, - в виде цифры «0» и знака «плюс»;
- 2) применительно к категории информационной продукции для детей, достигших возраста шести лет, - в виде цифры «6» и знака «плюс» и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания «для детей старше шести лет»;
- 3) применительно к категории информационной продукции для детей, достигших

возраста двенадцати лет, - в виде цифры «12» и знака «плюс» и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания «для детей старше 12 лет»;

4) применительно к категории информационной продукции для детей, достигших возраста шестнадцати лет, - в виде цифры «16» и знака «плюс» и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания «для детей старше 16 лет»;

5) применительно к категории информационной продукции, запрещенной для детей, - в виде цифры «18» и знака «плюс» и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания «запрещено для детей».

В рекламе информационной продукции – мероприятия Глазовского краеведческого музея – «Дни семейного отдыха», размещенной в приложениях к газетам «Мой город Глазов» №№ 24 от 25.06.2015 г. и 25 от 02.07.2015 г. «Телнеделя», отсутствует знак информационной продукции, предусмотренный статьей 12 Федерального [закона](#) от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», что противоречит требованиям части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Для всестороннего и объективного рассмотрения заявления у редакции газеты «Мой город Глазов» были запрошены следующие документы и сведения: информация о рекламодателе (наименование, юридический и почтовый адрес, Ф.И.О. руководителя, телефон, ИНН) рекламы мероприятия Глазовского краеведческого музея – «Дни семейного отдыха», в приложениях к газетам «Мой город Глазов» №№ 24 от 25.06.2015 г. и 25 от 02.07.2015 г. «Телнеделя»; копии договоров на изготовление и распространение вышеуказанной рекламы (со всеми приложениями и дополнительными соглашениями к данным договорам); копии актов выполненных работ по указанным договорам, а также копии документов, подтверждающих произведенные между сторонами расчеты; согласованный с рекламодателем, рекламопроизводителем макет рекламы в приложениях к газетам «Мой город Глазов» №№ 24 от 25.06.2015 г. и 25 от 02.07.2015 г. «Телнеделя».

15.09.2015 г. (вх. №7482 э) от ИП <...> в Удмуртское УФАС России поступили следующие пояснения. Знак информационной продукции «12+» размещен вверху страницы, на которой расположена указанная реклама, и относится ко всем материалам на полосе. Информация Глазовского краеведческого музея – «Дни семейного отдыха» размещалась на безвозмездной основе, поэтому договор не заключался, акты не подписывались, макет не согласовывался, расчеты не производились.

Конкретный выпуск периодического печатного издания в соответствии с пунктом 5) статьи 2 Федерального [закона](#) от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» подпадает под понятие информационной продукции, в связи с чем, требуется простановка общего знака информационной продукции в отношении информации, содержащейся в данном выпуске издания.

Знак «12+» является знаком информационной продукции в отношении информации, содержащейся в конкретных выпусках приложений к периодическому печатному изданию - газете «Мой город Глазов» № №№ 24 от 25.06.2015 г. и 25 от 02.07.2015 г. «Телнеделя».

Требования части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» являются специальными и требуют простановки отдельного знака информационной продукции в отношении конкретной рекламы информационной продукции, что фактически означает возможность отличия данного знака от общего знака информационной продукции, установленного в отношении отдельного выпуска периодического печатного издания.

В приложениях к газетам «Мой город Глазов» №№ 24 от 25.06.2015 г. и 25 от 02.07.2015 г. «Теленеделя» содержится как реклама информационной продукции – зрелищного мероприятия, так и реклама, объекты рекламирования которой сами по себе не подпадают под данное понятие, что позволяет применить к последней рекламе общий знак информационной продукции, относящийся к конкретным приложениям газеты «Мой город Глазов» №№ 24 от 25.06.2015 г. и 25 от 02.07.2015 г. - «Теленеделя».

В соответствии с частью 6 статьи 11 Федерального закона от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» до начала демонстрации посредством зрелищного мероприятия информационной продукции ей присваивается знак информационной продукции. Указанный знак размещается на афишах и иных объявлениях о проведении зрелищного мероприятия, а также на входных билетах, приглашениях и иных документах, предоставляющих право его посещения.

Таким образом, знак информационной продукции, который подлежит указанию в рекламе зрелищного мероприятия, непосредственно относится к содержанию самого зрелищного мероприятия, тогда как общий знак информационной продукции конкретного выпуска периодического издания относится к содержанию размещенной в данном выпуске информации.

Зрелищное мероприятие Глазовского краеведческого музея – «Дни семейного отдыха», являясь самостоятельной информационной продукцией, реклама которого содержится в приложениях к газетам «Мой город Глазов» №№ 24 от 25.06.2015 г. и 25 от 02.07.2015 г. «Теленеделя», подлежит отдельной маркировке в соответствии с Федеральным законом от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

Наличие знака информационной продукции «12+», относящегося к приложениям к газетам «Мой город Глазов» №№ 24 от 25.06.2015 г. и 25 от 02.07.2015 г. «Теленеделя» в целом, не может подменить необходимость самостоятельной маркировки информационной продукции, содержащейся в рекламе зрелищного мероприятия Глазовского краеведческого музея – «Дни семейного отдыха».

Таким образом, отсутствие в рекламе зрелищного мероприятия Глазовского краеведческого музея – «Дни семейного отдыха» знака информационной продукции, который был бы получен в результате классификации данного мероприятия в соответствии со статьей 12 Федерального [закона](#) от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», является признаком нарушения части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

В соответствии с положениями части 7 статьи 38 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» рекламодатель несет ответственность

за нарушение требований, установленных частями 9, 10, 10.1 и 10.2 статьи 5 настоящего Федерального закона.

Исходя из представленных пояснений, лицом, распространившим такую рекламу, является редакция газеты «Мой город Глазов» в лице ИП <...>

На основании изложенного, имеются основания для возбуждения в отношении ИП <...> дела по признакам нарушения части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» с привлечением в качестве заявителя <...>, обратившегося в Удмуртское УФАС России с заявлением.

На основании пункта 1) части 1 статьи 33, статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утверждённых постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, пункта 3.31 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе», утвержденного Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу **№ ТГ 04-03/2015-150Р** по признакам нарушения части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Признать лицами, участвующим в рассмотрении дела:

- заявитель – <...>, обратившийся в Удмуртское УФАС России с заявлением;

- лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – **ИП <...>**.

3. Назначить дело **№ ТГ 04-03/2015-150Р** к рассмотрению на **21 октября 2015 года в 14 часов 00 минут** по адресу: Удмуртская Республика, г. Ижевск, ул. Ухтомского, д. 24, зал заседаний.

Явка лиц, участвующих в деле, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (с документом, подтверждающим их полномочия), их представителей (с подлинной доверенностью на участие в рассмотрении дела) обязательна.

4. Лицу, в отношении которого возбуждено производство по делу, - **И П <...>** необходимо представить в адрес Удмуртского УФАС России следующие документы и сведения:

4.1. копию свидетельства о регистрации СМИ (газета «Мой город Глазов»);

4.2. копию устава редакции газеты «Мой город Глазов»;

4.3. копию договора на печать выпуска газеты «Мой город Глазов» № 7 от 26.02.2015 г.;

4.4. письменно пояснения по обстоятельствам дела;

4.5. иные документы и сведения, которые, по мнению ИП <...>, будут способствовать рассмотрению дела по существу.

Документы и информация должны быть представлены в Удмуртское УФАС России **в срок до 14 октября 2015 года.**

Копии направляемых документов должны быть заверены и представлены с сопроводительным письмом со ссылкой на регистрационный номер и дату исходящего документа Удмуртского УФАС России.

В случае невозможности представления запрашиваемых документов, прошу в установленный срок уведомить об этом Управление в письменной форме с указанием причин.

Примечание: В соответствии с частью 6 статьи 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации), влечет наложение административного штрафа.

Председатель Комиссии

<...>