

ООО «Медиа- Центр»

«_____» _____ 2019 г. №_____

162600, г. Череповец, ул.
Ленина, д. 151, оф. 310 А

**Управление Роскомнадзора
по Вологодской области**

160012, г. Вологда,
ул. Советский пр-т, д. 107

Резолютивная часть оглашена 04 марта 2019 г.

Изготовлено в полном объеме 06 марта 2019 г.
Вологда

г.

РЕШЕНИЕ № 1/2019

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Вологодской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Осипов С.В. - председатель комиссии, временно исполняющий обязанности руководителя Управления;

Власов А.А. – член комиссии, начальник отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и торговли;

Докшин М.И. – член комиссии, старший гос. инспектор отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и торговли;

Есина Е.М. – член комиссии, специалист-эксперт отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и торговли,

рассмотрев 04.03.2019 года дело № 1/2019 по признакам нарушения ООО «Медиа-Центр» (далее – Общество) части 10.1 статьи 5

Федерального закона 13.03. 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон «О рекламе»),

в присутствии:

- лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе: представителя ООО «Медиа-Центр» Вакуриной Ю.Н. по доверенности №10 от 01.03.2019 г.

УСТАНОВИЛА:

Должностным лицом отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и торговли Управления Федеральной антимонопольной службы по Вологодской области (далее - Управление), в ходе рассмотрения обращения Управления Роскомнадзора по Вологодской области от 04.12.2018 г. выявлены признаки нарушения рекламного законодательства при размещении рекламной афиши спектакля «Шведская спичка» на стр. 6 в газете «Речь» №219 от 23.11.2018 г., в которой усматривается нарушение части 10.1 статьи 5 Закона «О рекламе».

Указанная реклама является рекламой информационной продукции, которая не содержит указания категории данной информационной продукции.

Из материалов дела следует, что на стр. 6 в газете «Речь» №219 от 23.11.2018 г. распространялась рекламная афиша спектакля «Шведская спичка».

Рекламораспространителем данной рекламы, то есть лицом, осуществляющим распространение любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, является Общество.

На заседании Комиссии, представитель ответчика пояснила, что в связи с необходимостью занять свободное пространство в газете площадь рекламного модуля «Шведская спичка» была увеличена, что повлекло техническую ошибку и потерю знака информационной продукции. Нарушение рекламного законодательства представитель Общества признает.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия приходит к выводу, что данная реклама является ненадлежащей.

В пункте 1 статьи 3 Закона «О рекламе» определено, что 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.

Пункт 2 статьи 3 Закона «О рекламе» определяет, что объектом рекламирования является товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама, а пункт 3 статьи 3 - товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В соответствии с частью 10.1 статьи 5 Закона «О рекламе», не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29 декабря 2010 года №436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», без указания категории данной информационной продукции.

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 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.

Согласно пункту 3 статьи 2 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», зрелищное мероприятие – это демонстрация информационной продукции в месте, доступном для детей, и в месте, где присутствует значительное число лиц, не принадлежащих к обычному кругу семьи, в том числе посредством проведения театрально-зрелищных,

культурно-просветительных и зрелищно-развлекательных мероприятий.

В рекламе: «Шведская спичка», размещенной в газете «Речь» №219 от 23.11.2018 г., привлекается внимание к театрально- зрелищному мероприятию.

Исходя из положений Конвенции о правах ребенка, вступившей в силу 15.09.1990г., статей 7, 38 Конституции Российской Федерации следует, что одной из основных задач государства является защита интересов и нравственного развития детей.

Согласно пункту 5 части 4 статьи 11 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», оборот информационной продукции, содержащей информацию, причиняющую вред здоровью и (или) развитию детей, без знака информационной продукции не допускается, за исключением периодических печатных изданий, специализирующихся на распространении информации общественно-политического или производственно-практического характера.

Вместе с тем, доказательств того обстоятельства, что спорная реклама относится к информации общественно-политического или производственно-практического характера Обществом не предоставлено.

Из текста спорной рекламы следует, что какого-либо указания на категорию данной информационной продукции в рекламном модуле не содержится, в связи с чем, Обществом нарушена часть 10.1 статьи 5 Закона «О рекламе».

Комиссией установлено, что рекламный модуль «Шведская спичка» размещался в газете «Речь» в период с 17.09.2018 по 26.11.2018 г. Категория информационной продукции отсутствовала только в выпуске газеты «Речь» №219 от 23.11.2018 г., согласно представленным материалам.

Отсюда следует, что вышеуказанная реклама афиши спектакля «Шведская спичка», размещенная в газете «Речь» №219 от 23.11.2018 г., является ненадлежащей.

В силу части 4 статьи 3 Закона «О рекламе», ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Закона «О рекламе», рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодателем указанной рекламной афиши является ООО «Медиа- Центр», что подтверждается свидетельством о регистрации средства массовой информации ПИ №ТУ35-013, выданным 16.03.2011 г. Управлением Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Вологодской области ООО «Медиа- Центр» с наименованием распространяемого СМИ: «Речь».

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона «О рекламе», рекламодатель несет ответственность за нарушение ч. 10.1 ст.5 названного Федерального закона.

На основании вышеизложенного, руководствуясь статьей 36 Закона «О рекламе», в соответствии с пунктом 37 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу афиши спектакля: «Шведская спичка», распространенную на стр. 6 в журнале «Речь» №219 от 23.11.2018 г., поскольку она не соответствует требованиям части 10.1 статьи 5 Закона «О рекламе».
2. Предписание ООО «Медиа - Центр» о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать, в связи с устранением нарушения.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Вологодского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в суд в трехмесячный срок со дня

вынесения решения.

Подача заявления о признании недействительным решения антимонопольного органа не приостанавливает исполнение решения, если судом не будет вынесено определение о приостановлении исполнения решения.

Председатель Комиссии
Осипов

_____ : С.В.

_____ : А.А. Власов

_____ : М.И. Докшин

_____ : Е.М. Есина