



Управление Федеральной антимонопольной службы  
по республике Коми

## РЕШЕНИЕ

23 сентября 2016 года

(изготовление решения в полном объеме)

23 сентября 2016 года

№ 03-01/8906

(оглашение резолютивной части)

Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее - Коми УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия), в составе:

председатель Комиссии: <...> – врио заместителя руководителя Управления – начальника отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции;

члены Комиссии: <...> – главный специалист – эксперт отдела Управления; <...>-специалист-эксперт отдела Управления,

рассмотрев дело № Р 36-08/16, возбужденное в отношении МУП «Редакция газеты «Ухта» по факту размещения текста реклам в периодическом печатном издании газете «Ухта» от 11.06.2016 № 23, не специализирующимся на сообщениях и материалах рекламного характера, с признаками нарушения требований ст. 16 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

в присутствии МУП «Редакция газеты «Ухта» <...>;

в отсутствие заявителя, заинтересованных лиц (указанные лица надлежащим образом извещены о месте и времени рассмотрения настоящего дела,

соответствующие доказательства в материалах дела имеются),

### **УСТАНОВИЛА:**

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Коми УФАС России) поступило обращение гражданина о нарушении Закона о рекламе в периодическом печатном издании «Ухта» от 11.06.2016 № 23 (14658), а именно: заявителем указано, что рекламы, размещённые в указанном печатном издании, распространены в нарушение требований ст. 16 Закона о рекламе.

По результатам рассмотрения заявления принято решение о возбуждении дела № Р 36-08/16 по признакам нарушения ст. 16 Закона о рекламе в отношении МУП «Редакция газеты «Ухта».

Из материалов рекламного дела № Р 36-08/16 (далее – рекламное дело) установлено следующее.

В соответствии с п. 1 ст. 3 Закона о рекламе, реклама - 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.

В газете «Ухта» от 11.06.2016 № 23 (14658) размещены следующие рекламные материалы:

1. На странице (полосе) 5 рекламный модуль «Веста» (далее – Реклама № 1);
2. На странице (полосе) 6 рекламный модуль «Денежные займы» (далее – Реклама № 2);
3. На странице (полосе) 6 рекламный модуль «БИНБАНК» (далее – Реклама № 3);
4. На странице (полосе) 6 рекламный модуль «Московские специалисты проводят полное компьютерное тестирование...» (далее – Реклама № 4);
5. На странице (полосе) 7 рекламный модуль «Стильное небо» (далее – Реклама № 5);
6. На странице (полосе) 7 рекламный модуль «Пиломатериал» (далее – Реклама № 6);
7. На странице (полосе) 7 рекламный модуль «Мебель» (далее – Реклама № 7);
8. На странице (полосе) 7 рекламный модуль «Диамант» (далее – Реклама № 8);
9. На странице (полосе) 7 рекламный модуль «Распродажа саженцев» (далее – Реклама № 9);
10. На странице (полосе) 7 рекламный модуль «Golden kids» (далее – Реклама № 10);
11. На странице (полосе) 7 рекламный модуль «Спектр» (далее – Реклама № 11);
12. На странице (полосе) 12 рекламный модуль «ООО «Гудвин» (далее – Реклама № 12);
13. На странице (полосе) 14 рекламный модуль «Техподдержка» (далее – Реклама № 13);

14. На странице (полосе) 15 рекламный модуль «POLAROID» (далее – Реклама № 14);
15. На странице (полосе) 15 рекламный модуль «StarLine» (далее – Реклама № 15);
16. На странице (полосе) 15 рекламный модуль «Спец Транс Сервис» (далее – Реклама № 16);
17. На страницах (полосах) 15, 16 рекламный модуль «Гардиан» (далее – Реклама № 17);
18. На странице (полосе) 16 рекламный модуль «Содействие» (далее – Реклама № 18);
19. На странице (полосе) 16 рекламный модуль «Балкон Плюс» (далее – Реклама № 19);
20. На странице (полосе) 16 рекламный модуль «Спутник Ремонт ноутбуков» (далее – Реклама № 20);
21. На странице (полосе) 16 рекламный модуль «Окно Маркет» (далее – Реклама № 21);
22. На странице (полосе) 16 рекламный модуль «Victory» (далее – Реклама № 22);
23. На странице (полосе) 16 рекламный модуль «Слим-массаж» (далее – Реклама № 23);
24. На странице (полосе) 16 рекламный модуль «Пассим+» (далее – Реклама № 24);
25. На странице (полосе) 10 рекламный модуль «Берковец» (далее – Реклама № 25);
26. На странице (полосе) 5 рекламный модуль «Потомственная ведунья» (далее – Реклама № 26).

Рекламы №№ 1-26, размещенные в газете «Ухта» от 11.06.2016 № 23 (14658) на страницах (полосах) 5, 6, 7, 10, 12, 14, 15, 16, являются рекламами, поскольку содержат все правовые признаки рекламы, установленные п. 1 ст. 3 Закона о рекламе (далее – рассматриваемые рекламы).

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 Российской Федерации «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1, под периодическим печатным изданием понимается газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, имеющее постоянное название, текущий номер и выходящее в свет не реже одного раза в год.

Газета «Ухта» имеет свидетельство о регистрации средства массовой информации: серия ПИ № ФС 3-044, дата регистрации – 28 ноября 2006 года). Согласно данному свидетельству, примерная тематика и (или) специализация газеты: общественно-политическая, информационно-аналитическая; реклама до 40

%; учредителями газеты являются Агентство Республики Коми по печати и массовым коммуникациям, Администрация муниципального образования городского округа «Ухта», Муниципальное унитарное предприятие «Редакция газеты «Ухта».

Таким образом, газета «Ухта» не является периодическим печатным изданием, специализирующимся на сообщениях и материалах рекламного характера, следовательно, размещение текста рекламы в данной газете должно сопровождаться пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы».

Комиссия, изучив материалы рассматриваемого дела, установила, что тексты рассматриваемых реклам, размещённых в газете «Ухта» от 11.06.2016 № 23 (14658), не содержат ни одной из предусмотренных требованиями ст. 16 Закона о рекламе пометок.

При таких обстоятельствах, рассматриваемые рекламы размещены в нарушение требований, установленных ст. 16 Закона о рекламе.

В соответствии с ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за распространение рекламы, не соответствующей требованиям ст. 16 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

Частью 8 ст. 38 Закона о рекламе предусмотрено, что рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований частей 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 7 ст. 3 Закона о рекламе, рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств. Исходя из вышеизложенного, рекламодателем являются лица, совершающие действия по опубликованию (обнародованию) рекламной информации с помощью любых средств, любых рекламоносителей.

В соответствии с п. 6 ст. 3 Закона о рекламе, рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Рассматриваемая реклама размещена в газете «Ухта», учредителями которой, согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации серии ПИ № ФС 3-0448 от 28.11.2006 г., копия которого имеется в материалах рекламного дела, являются Агентство Республики Коми по печати и массовым коммуникациям (в настоящее время Министерство массовых коммуникаций, информатизации и связи Республики Коми), Администрация муниципального образования городского округа «Ухта», Муниципальное унитарное предприятие «Редакция газеты «Ухта».

Согласно письменным пояснениям, представленным в материалы рассматриваемого дела Администрацией МО ГО «Ухта», МУП «Редакция газеты «Ухта», Министерством массовых коммуникаций, информатизации и связи Республики Коми, договоры, соглашения, лицензионные соглашения, регламентирующие взаимодействие МУП «Редакция газеты «Ухта» с Министерством массовых коммуникаций, информатизации и связи Республики Коми, Администрацией МО ГО «Ухта» по вопросу размещения рекламы в газете

«Ухта», между сторонами не заключались, иные документы, регламентирующие вопросы размещения рекламы в названной газете, как пояснили стороны, также отсутствуют.

Администрация МО ГО «Ухта», МУП «Редакция газеты «Ухта», Министерство массовых коммуникаций, информатизации и связи Республики Коми пояснили, что вопросы размещения рекламы в газете «Ухта, в том числе её производство, распространение, а также ответственность за распространение ненадлежащей рекламы, лежат непосредственно на МУП «Редакция газеты «Ухта».

Исходя из имеющихся материалов усматривается, что рекламораспространителем рассматриваемых реклам является МУП «Редакция газеты «Ухта».

Согласно письменным пояснениям МУП «Редакция газеты «Ухта», имеющимся в материалах рекламного дела, а также пояснениям Предприятия <..>, данным в ходе рассмотрения настоящего дела 23.09.2016, в рассматриваемом случае нарушение требований ст. 16 Закона о рекламе произошло неумышленно, а вследствие незнания рекламного законодательства; указано, что отсутствие пометок «реклама» или «на правах рекламы» в текстах реклам в газете «Ухта» от 11.06.2016 № 23 (14658) не нанесло вреда читателям газеты.

Из материалов рекламного дела усматривается, что нарушение ст. 16 Закона о рекламе произошло по вине рекламораспространителя МУП «Редакция газеты «Ухта».

Из материалов рекламного дела следует, что лицом, ответственным за соблюдение в рассматриваемом случае требований рекламного законодательства является Предприятия <...>.

Из материалов рекламного дела усматривается, что МУП «Редакция газеты «Ухта», <...> не предпринято должных мер, направленных на соблюдение требований законодательства Российской Федерации о рекламе, что и привело к рассматриваемому нарушению.

Таким образом, МУП «Редакция газеты «Ухта», <...> нарушены требования ст. 16 Закона о рекламе.

Из материалов рекламного дела № Р 36-07/16 следует, что нарушение требований ст. 16 Закона о рекламе применительно к рассматриваемому случаю имело место 11.06.2016 на территории г. Ухты.

В Коми УФАС России имеется оригинал газеты «Ухта» № 32 от 13.08.2016, представленный Предприятием в рамках рассмотрения дела № Р 30-07/16, из которого следует, что в настоящее время нарушение устранено, реклама в указанной газете распространяется с соблюдением требований ст. 16 Закона о рекламе.

В связи с добровольным устранением совершенного нарушения, Комиссия сочла нецелесообразной выдачу МУП «Редакция газеты «Ухта» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

На основании изложенного, руководствуясь п. 4 ст. 3, п. 2 ч. 1 ст. 33, п. 7 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 – 43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, п. 3.58 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, Комиссия

## РЕШИЛА:

1. Признать рассматриваемые рекламы, размещённые в газете «Ухта» от 11.06.2016 № 23 (14658), ненадлежащими, поскольку в них нарушены требования ст. 16 Закона о рекламе.

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы МУП «Редакция газеты «Ухта» не выдавать, поскольку распространение ненадлежащих реклам, указанных в п. 1 настоящего решения, прекращено.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении МУП «Редакция газеты «Ухта» дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении МУП «Редакция газеты «Ухта» <...> дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 23 сентября 2016 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

\_\_\_\_\_ <...>

Члены Комиссии

\_\_\_\_\_ <...>

<...>

