

АКТ ПРОВЕРКИ № 7

На основании распоряжения руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области <...> от 20.04.2015 № 7 «О проведении внеплановой документарной проверки» была проведена внеплановая документарная проверка в отношении Муниципального бюджетного учреждения «Редакция газеты «Озерский вестник» города Озерска (ИНН 7413020788, ОГРН 1157413000117, г. Озерск, пр. Ленина, д. 40) (далее — МБУ «Озерский вестник»).

Продолжительность проверки: с 27 апреля 2015 года по 27 мая 2015 года (двадцать рабочих дней) включительно.

Место проведения проверки: 454111, г. Челябинск, пр. Ленина, 59.

Акт составлен: <...>

Копия распоряжения о проведении проверки и запроса о представлении документов направлены МБУ «Озерский вестник» почтовым отправлением и на электронную почту morgana.79@mail.ru.

Лицо, проводившее проверку: <...>, главный специалист-эксперт отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией, служебное удостоверение № 11167 от 25 августа 2014 года.

Руководителем проверяемого лица в период проведения проверки являлась <...> на основании распоряжения от 20.04.2015 № 160 лс.

Предметом проводимой проверки являлось соблюдение МБУ «Озерский вестник» требований законодательства о рекламе.

Основанием для проведения проверки явилось поступление в антимонопольный орган заявления жителя города Озерска о размещении в газете «Озерский вестник» № 10 от 03 апреля 2015 года рекламы:

«Денежные подарки...и получи 100 рублей! Уральский ювелир...», в которой отсутствует часть существенной информации о сроке проведения акции, что противоречит части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»;

«В Айвенго открылся фирменный пивной магазин...», в которой предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции занимает менее десяти процентов рекламной площади (пространства), что содержит признаки нарушения части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе»;

«Восстановление потенции, простатит», при отсутствии предупреждения о наличии противопоказаний к применению и использованию медицинских услуг, получения консультации специалистов, что содержит признаки нарушения части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

В ходе проведения проверки у МБУ «Озерский вестник» были запрошены следующие документы (информация):

учредительные документы МБУ «Озерский вестник»;

свидетельство о регистрации юридического лица МБУ «Озерский вестник»;

свидетельство о постановке МБУ «Озерский вестник» на учет в налоговом органе;

документы, подтверждающие полномочия директора МБУ «Озерский вестник» (приказ о назначении на должность, должностная инструкция и т.п.);

свидетельство о регистрации СМИ, а именно газеты «Озерский вестник»;

устав редакции газеты «Озерский вестник»;

сведения о рекламодателях следующих рекламных модулей, размещенных в газете «Озерский вестник» № 10 (3503) от 03 апреля 2015 года (с приложением договоров и согласованных макетов рекламы):

«Денежные подарки...и получи 100 рублей! Уральский ювелир...»;

«В Айвенго открылся фирменный пивной магазин...»;

«Восстановление потенции, простатит...».

письменные объяснения по факту размещения рекламы, указанной в пункте 6 распоряжения, с признаками нарушения части 7 статьи 5, части 3 статьи 21 и части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

МБУ «Озерский вестник» представлены следующие документы:

копия Устава МБУ «Озерский вестник»;

копия распоряжения о приеме на работу <...> на должность директора;

копия свидетельства о постановке МБУ «Озерский вестник» на учет в налоговом органе;

копия листа записи ЕГРЮЛ;

копия свидетельства о регистрации юридического лица МБУ «Озерский вестник»;

копия приказа о возложении исполнения обязанностей директора на Вяткину Е.Ю;

копия приказа об увольнении <...> ;

копия договора на размещение рекламы с <...>;

копия заявки на размещение рекламного модуля в газете «Озерский вестник»;

копия договора на размещение рекламы с <...>;

газета «Озерский вестник» № 10 от 03.04.2015;

письменные объяснения по факту размещения рекламы, указанной в пункте 6 распоряжения, с признаками нарушения части 7 статьи 5, части 3 статьи 21 и части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

Запрошенные документы МБУ «Озерский вестник» представило не в полном объеме, отсутствуют согласованные макеты рекламы.

В письменных объяснениях МБУ «Озерский вестник» указало, что в настоящее время прокуратура ЗАТО г. Озерск проводит проверку по аналогичному вопросу. В связи с чем, МБУ «Озерский вестник» просит отложить проведение документарной проверки до принятия процессуального решения прокуратурой ЗАТО г. Озерск. Пояснений относительно нарушения рекламного законодательства МБУ «Озерский вестник» не представило.

Согласно пункту 3.61. Приказа Федеральной антимонопольной службы от 4 июня 2012 г. N 360 «Об утверждении административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по надзору за соблюдением законодательства о рекламе путем проведения проверок соблюдения законодательства Российской Федерации о рекламе» (далее – Административный регламент) срок проведения проверки не может превышать двадцать рабочих дней с даты начала ее проведения, указанной в приказе (распоряжении) руководителя (заместителя руководителя) антимонопольного органа, по дате передачи или направления по почте проверяемому лицу акта проверки.

В силу пункта 3.62 Административного регламента к основаниям продления срока проведения проверки относится необходимость сложных и (или) длительных экспертиз, исследований, испытаний, осуществления перевода на русский язык документов, представленных проверяемым лицом на иностранном языке, и других необходимых мероприятий, без проведения которых невозможно оценить соответствие деятельности проверяемого лица обязательным требованиям.

Таким образом, основания для продления срока проведения проверки, предусмотренные пунктом 3.62 Административного регламента, отсутствуют.

Исследование материалов показало следующее.

1. В газете «Озерский вестник» № 10 от 03 апреля 2015 года на 1 странице размещена реклама:

«Денежные подарки. Зарегистрируйся на нашем сайте UYU.SU в марте и получи 100 рублей! Этими деньгами можно оплатить при заказе изготовления через сайт! Уральский ювелир Торгово-производственная компания (35130) 9-37-37 уральскийювелир.рф...».

Согласно части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации, и вводится в заблуждение потребитель рекламы.

Пленум ВАС РФ в пункте 28 Постановления N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» разъяснил, что рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом к рекламе, в частности о включении в нее предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

В рекламе присутствуют сведения о том, что при регистрации на сайте UYU.SU в марте каждый получит 100 рублей, которые сможет использовать при заказе через данный Интернет-сайт.

Нижне указанных сведений в правом углу содержится иная информация выполненная мелким шрифтом, незаметная по сравнению с иной рекламной информацией, следующего содержания: «Сумма активируется всем пользователям, зарегистрированным на сайте с 1 по 31 марта 2015 года на баланс в личном кабинете».

Отсутствие данной информации не искажает смысл рекламы и не вводит потребителей в заблуждение, в связи с чем, реклама не противоречит части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. В газете «Озерский вестник» № 10 от 03 апреля 2015 года на 7 странице размещена реклама: «В Айвенго открылся фирменный пивной магазин от первой частной пивоварни... Архипова, 10... Чрезмерное употребление пива, вредит вашему здоровью».

Согласно части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться в периодических печатных изданиях, **за исключением рекламы пива и напитков, изготавливаемых на основе пива**, а также вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда, которая не должна размещаться на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов;

В силу части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

В соответствии с частью 4 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

Поскольку рекламируется фирменный пивной магазин от первой частной пивоварни, в котором реализуется пиво, то есть продавец алкогольных напитков, то специальные требования и ограничения, установленные статьей 21 Федерального закона «О рекламе» в отношении рекламы алкогольной продукции, в силу положения части 4 статьи 2 Федерального закона «О рекламе», распространяются также на рекламу самого магазина.

Челябинским УФАС России проведен осмотр рекламы, по результатам которого выявлено, что рекламная площадь составляет 98,4 см², при этом площадь предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции, составляет 4,92 см², то есть 5% рекламной площади.

Реклама пивного магазина от первой частной пивоварни, в которой предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкогольной

продукции занимает менее десяти процентов рекламной площади (пространства) содержит признаки нарушения части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Указанная реклама также не сопровождается пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы», что содержит признаки нарушения статьи 16 Федерального закона «О рекламе».

3. В газете «Озерский вестник» № 10 от 03 апреля 2015 года на 11 странице размещена реклама, в которой присутствуют сведения «Восстановление потенции, простатит 89511250676».

В соответствии с частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства). Требования настоящей части не распространяются на рекламу, распространяемую в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях, и на иную рекламу, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники.

В Номенклатуре медицинских услуг, утвержденной приказом Минздравсоцразвития РФ от 27.12.2011 № 1664н «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг» медицинская услуга «восстановление потенции, простатит» отсутствует, следовательно, объект рекламирования не является медицинской услугой, а реклама не противоречит части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частями 6, 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» за нарушение требований части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» несут ответственность рекламодатель и рекламораспространитель, за нарушение требований статьи 16 Федерального закона «О рекламе» рекламораспространитель.

С учетом изложенного, по результатам проведения проверки в газете «Озерский вестник» № 10 от 03 апреля 2015 года выявлены признаки нарушения части 3 статьи 21, статьи 16 Федерального закона «О рекламе».

Подпись лица, проводившего проверку:

<...> _____

С актом проверки ознакомлен, копию акта получил: _____

(Ф.И.О., должность руководителя, иного должностного лица или уполномоченного представителя

проверяемого лица, дата)

Отметка об отказе руководителя проверяемого лица (его уполномоченного представителя, иного должностного лица) подписать акт
