РЕШЕНИЕ

по делу № 043/05/5-164/2019

г. Киров

Резолютивная часть решения оглашена 22 июля 2019 года.

В полном объеме решение изготовлено 31 июля 2019 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее по тексту - Комиссия) в составе: <…>

в отсутствие:

заявителя – Управления Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Кировской области (далее по тексту - Управление Роскомнадзора по Кировской области);

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - ООО «Компания Семь вечеров»,

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – <…>,

рассмотрев материалы дела № 043/05/5-164/2019, возбужденного по признакам нарушения ООО «Компания Семь вечеров», физическим лицом части 10.1 статьи 5 Федерального закона № 38 - ФЗ от 13.03.2006 года «О рекламе» (далее по тексту - Федеральный закон «О рекламе»), по факту размещения информации следующего содержания: «*Реклама. Мотогонки на льду стадион «Электрон» г. Вятские поляны 16-17 февраля 2019 КУБОК РОССИИ финал начало 11:30 телефон* <…>» без знака информационной продукции, в журнале <…>,

УСТАНОВИЛА:

в Кировское УФАС России поступило обращение Управления Роскомнадзора по Кировской области (вх. № 2212 от 04.04.2018г.) по факту нарушения

законодательства Российской Федерации о рекламе при размещении в выпусках СМИ журнала <…> в № 6 (1020) от 05.02.2019 и в № 05 (1019) от 29.01.2019 в разделе «Реклама» информации следующего содержания: «*Реклама. Мотогонки на льду стадион «Электрон» г. Вятские поляны 16-17 февраля 2019 КУБОК РОССИИ финал начало 11:30 телефон* <…>» без знака информационной продукции, что не соответствует части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Определением от 17 апреля 2019 года в отношении ООО «Компания Семь вечеров» Кировским УФАС России было возбуждено дело № 043/05/5-164/2019 по признакам нарушения части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Определением от 16 мая 2019 года срок рассмотрения дела № 043/05/5-164/2019 продлен, рассмотрение отложено в связи с необходимостью получения дополнительных документов.

Определением от 20 июня 2019 года рассмотрение дела было отложено в связи с необходимостью привлечения к участию в деле № 043/05/5-164/2019 физического лица в качестве лица в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства и получения антимонопольным органом дополнительных сведений от лиц участвующих в деле для рассмотрения дела по существу. Рассмотрение дела назначено на 22 июля 2019 г.

На заседание комиссии, состоявшееся 22.07.2019 г.:

- заявитель не явился, представил ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие заявителя;

- ответчик ООО «Компания Семь вечеров» - представителя не направил, ходатайств не заявлял, запрашиваемые документы представил в полном объеме.

- ответчик <…>, вину не признал, ходатайств не заявлял, запрашиваемые документы представил не в полном объеме.

Комиссия Кировского УФАС России, рассмотрев материалы дела, изучив письменные позиции лиц, участвующего в деле, пришла к следующим выводам.

Реклама в соответствии со статьей 3 Федерального закона «О рекламе» - 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. Под объектом рекламирования понимается товар, на привлечение внимания к которому направлена реклама, товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация следующего содержания: «*Реклама. Мотогонки на льду стадион «Электрон» г. Вятские поляны 16-17 февраля 2019 КУБОК РОССИИ финал начало 11:30 телефон* <…>», размещенная в журнала <…> в № 6 (1020) от 05.02.2019 и в № 05 (1019) от 29.01.2019, содержит все признаки рекламы, указанные в статье 3 Федерального закона «О рекламе»: адресована неопределенному кругу лиц (читателям журнала <…>), формирует интерес у потребителей рекламы к

проводимому мероприятию (привлекая внимание изображением мотогонщика) и способствует его продвижению на рынке, следовательно соответствует всем критериям рекламы, указанным в статье 3 Федерального закона «О рекламе», в следствие чего признается рекламой.

Статья 2 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» устанавливает следующие понятия:

- информационная продукция - 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 для 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;

- зрелищное мероприятие - 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;

- знак информационной продукции – это графическое и (или) текстовое обозначение информационной продукции в соответствии с классификацией информационной продукции, предусмотренной частью 3 статьи 6 настоящего Федерального закона.

Частью 1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» установлено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной.

Согласно, части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», без указания категории данной информационной продукции.

В силу части 3 статьи 6 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» классификация информационной продукции осуществляется в соответствии с требованиями указанного Федерального закона по следующим категориям информационной продукции:

1) информационная продукция для детей, не достигших возраста шести лет;

2) информационная продукция для детей, достигших возрасти шести лет;

3) информационная продукция для детей, возраста двенадцати лет;

4) информационная продукция для детей, возраста шестнадцати лет;

5) информационная продукция, запрещенная для детей (информационная продукция, содержащая информацию, предусмотренную частью 2 статьи 5 настоящего Федерального закона).

Согласно части 1 статьи 12 Федерального закона «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».

Таким образом, Комиссия Кировского УФАС России установила, что рекламируемые мотогонки на льду, являются зрелищным мероприятием, так как проводятся в месте, где присутствует значительное число лиц, не принадлежащих к обычному кругу семьи и проводится посредством зрелищно-развлекательных мероприятий.

Журнал <…> является печатной продукцией средства массовой информации и предназначен для оборота на территории Российской Федерации и попадает, как и зрелищное мероприятие (мотогонки на льду), под понятие информационной продукции.

Следовательно, информация: «*Реклама. Мотогонки на льду стадион «Электрон» г. Вятские поляны 16-17 февраля 2019 КУБОК РОССИИ финал начало 11:30 телефон* <…>» , размещенная в выпусках СМИ журнала <…> в № 6 (1020) от 05.02.2019 и в № 05 (1019) от 29.01.2019 в разделе «Реклама», является рекламой информационной продукции и должна сопровождаться указанием знака возрастного ограничения.

Однако, вышеуказанная информация, распространялась без указания информационной категории данной продукции, что является нарушением части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламораспространитель (лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств).

Согласно, представленным в материалах дела копиям документов: договора № 1 на печать газеты от 01 января 2014г., бланка на размещение информации учредителя от 08.05.2019г., Устава редакции периодического печатного издания журнал <…>, письма от Учредителя <…> главному редактору периодического печатного издания журнала <…> <…> от 11.01.2019г. о просьбе опубликовать информацию о проходящем в г. Вятские Поляны 16-17 февраля 2019г. финале Кубка России по мотогонкам на льду, <…> является рекламораспространителем согласно ст.3 Федерального закона «О рекламе».

Порядок выдачи антимонопольным органом предписаний о прекращении нарушения требований законодательства Российской Федерации о рекламе установлен Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Утвержденными Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508 (далее – Правила).

Согласно пункту 44 Правил при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Учитывая тот факт, что на момент принятия решения отсутствует документальное подтверждение устранения нарушения Федерального закона «О рекламе», комиссия решила выдать <…> предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Комиссия считает необходимым передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении <…>.

Руководствуясь статьями 1, 3, 21 и 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 – 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия Кировского УФАС России.

В отношении ООО «Семь вечеров» рассмотрение дела прекратить в связи с не подтверждением в его действиях факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Р Е Ш И Л А:

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: «*Реклама. Мотогонки на льду стадион «Электрон» г. Вятские поляны 16-17 февраля 2019 КУБОК РОССИИ финал начало 11:30 телефон* <…>», размещенную в выпусках средства массовой информации журнала <…> в № 6 (1020) от 05.02.2019 и в № 05 (1019) от 29.01.2019 в разделе «Реклама», поскольку она не соответствует части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 - ФЗ «О рекламе».

2. Выдать предписание об устранении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе <…>.

3. Передать материалы уполномоченному должностному лицу Кировского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении <…>.

4. В отношении ООО «Семь вечеров» (<…>) рассмотрение дела прекратить.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, в суд общей юрисдикции в порядке, предусмотренном ст. 131 Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель комиссии <…>

Члены комиссии <…>

<…>