

РЕШЕНИЕ

по делу № 06-11/40-17

Оглашена резолютивная часть 23 июня 2017 года

Изготовлено в полном объеме 29 июня 2017 года
Томск

г.

Комиссия Томского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председателя
комиссии: - Шевченко Владимира Ивановича,
руководителя управления,
- Рылова Алексея Дмитриевича, начальника
отдела контроля рекламы, недобросовестной
конкуренции и адвокатиrowания,

членов комиссии: - Пятериковой Евгении Андреевны,
специалиста-эксперта отдела контроля
рекламы, недобросовестной конкуренции и
адвокатиrowания,

- Ташпулатовой Гулбахар Махмаджановны,
специалиста-эксперта отдела контроля
рекламы, недобросовестной конкуренции и
адвокатиrowания,

рассмотрев материалы дела № 06-11/40-17 по признакам нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), по факту по факту распространения рекламы в печатном издании без пометки «реклама», в присутствии заявителя, представителя АО «Редакция газеты «Томские новости» - Г. Н.О., представителя ООО «Томское молоко» - К. Д.В.,

УСТАНОВИЛА:

В Томское УФАС России поступило обращение сопредседателя общественной организации, в котором указывается на факт нарушения законодательства о рекламе, а именно размещение рекламы в периодическом печатном издании без пометки «реклама».

Заявитель сообщает, что в газете «Томские новости» от 07.04.2017 № 14 (881) размещен рекламный материал Валентины Артемьевой с заголовком «Сам мягкий, сливочный...», в котором содержится реклама ООО «Томское молоко», однако в указанной статье отсутствует указание, что данный материал опубликован на правах рекламы.

По данному факту определением от 11.05.2017 возбуждено производство по настоящему делу по признакам нарушения ст. 16 Закона о рекламе.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия считает установленным 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; объект рекламирования - 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.

Рассматриваемая информация в форме статьи с заголовком «Сам мягкий, сливочный. «Томское молоко» стало первопроходцем в производстве плавленного сыра», размещенной в выпуске газеты «Томские новости» от 07.04.2017 № 14 (881), адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к пищевому предприятию «Томское молоко» («Томское молоко планирует еще не раз удивить жителей области и близлежащих регионов новинками собственного производства») и его продукции («В нежной массе чувствовался вкус сливок. Сыр аппетитно смотрелся на ломтике батона «Венского»...Нежная продукция упакована в ванночки по 180 и 400 граммов»), формирование и поддержание интереса к ним, их продвижение на рынке. Таким образом, указанная информация обладает перечисленными в п. 1 ст. 3 Закона о рекламе признаками, следовательно, является рекламой.

Таким образом, требования Закона о рекламе распространяются на содержание указанной информации, на обстоятельства ее распространения.

Согласно ст. 16 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон 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».

Рассматриваемая реклама в форме статьи «Сам мягкий, сливочный. «Томское молоко» стало первопроходцем в производстве плавленного сыра» размещена в выпуске газеты «Томские новости» с нарушением требований ст. 16 Закона о рекламе, поскольку в периодическом печатном издании «Томские новости», не специализирующимся на сообщениях и материалах рекламного характера, отсутствуют пометки «реклама» или «на правах рекламы».

Согласно п. 4 ст. 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований ст. 16 вышеупомянутого закона несет рекламодатель.

Рекламодателем и рекламодателем рекламы в форме статьи с заголовком «Сам мягкий, сливочный. «Томское молоко» стало первопроходцем в производстве плавленного сыра» является АО «Редакция

газеты «Томские новости» (г. Томск пр. Кирова 51А, строение 5, офис 601, ОГРН:1057002638923, ИНН: 7017129541).

В рамках рассмотрения дела документального подтверждения о прекращении распространения рассматриваемой рекламы не представлено, следовательно, имеются основания для выдачи предписания.

Комиссия Томского УФАС России, руководствуясь п. 1 ч. 2 ст. 33, ч. 1, ч. 3 статьи 36 Закона о рекламе, п. 37 - п. 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утверждённых Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, размещенную в выпуске газеты «Томские новости» от 07.04.2017 № 14 (881) в форме статьи заголовком «Сам мягкий, сливочный. «Томское молоко» стало первопроходцем в производстве плавленого сыра», поскольку в ней нарушены требования ст. 16 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Выдать АО «Редакция газеты «Томские новости» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Томского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение антимонопольного органа может быть обжаловано в судебном порядке в течение трех месяцев со дня принятия решения.