

## **РЕШЕНИЕ**

**по делу № 08-04-15/03**

11 марта 2015 года

г. Мурманск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), в составе:

Председатель комиссии - заместитель руководителя – Попова Ирина Николаевна;

Члены комиссии: начальник отдела - Коптев Алексей Сергеевич, главный специалист-эксперт - Мороз Светлана Валерьевна

рассмотрев дело № 08-04-15/03 от 16.02.2015 по признакам нарушения Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе общества с ограниченной ответственностью «Служба городской рекламы» (ОГРН 1055100154614 от 18.01.2005, ИНН 5190133069, 183032, г. Мурманск, ул. Полярные Зори, д.38),

### **УСТАНОВИЛА**

Управление Роскомнадзора по Мурманской области в рамках Соглашения об организации взаимодействия и сотрудничества направило в управление Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области материалы плановой проверки средства массовой информации - журнал «Квартирные вопросы мурманчан» №30 зима-весна 2014/15.

В ходе проверки выявлены признаки нарушения статьи 16 Закон о рекламе.

В соответствии со статьей 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;

ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации;

рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств;

рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Согласно статье 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.

В соответствии с частью 11 статьи 5 Закона о рекламе при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

В силу статьи 4 Закона о рекламе законодательство Российской Федерации о рекламе состоит из настоящего Федерального закона. Отношения, возникающие в процессе производства, размещения и распространения рекламы могут регулироваться также принятыми в соответствии с настоящим Федеральным законом иными федеральными законами, нормативными правовыми актами Президента Российской Федерации, нормативными правовыми актами Правительства Российской Федерации.

Согласно пункту 1 статьи 10 Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 05.05.2014) "О защите прав потребителей" изготовитель (исполнитель, продавец) обязан своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию о товарах (работах, услугах), обеспечивающую возможность их правильного выбора. По отдельным видам товаров (работ, услуг) перечень и способы доведения информации до потребителя устанавливаются Правительством Российской Федерации.

Указанная норма корреспондируется со статьей 16 Закона о рекламе и устанавливает требования к раскрытию информации о специализации периодического печатного издания в соответствии с законодательством Российской Федерации.

В соответствии со статьей 2 Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 24.11.2014) "О средствах массовой информации", под средством массовой информации понимается периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием);

под периодическим печатным изданием понимается газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, имеющее постоянное наименование (название), текущий номер и выходящее в свет не реже одного раза в год.

Комиссией Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в ходе рассмотрения дела были

изучены: материалы, представленные Роскомнадзором, журнал «Квартирные вопросы мурманчан» №30 зима-весна 2014/15 и заслушаны объяснения представителя ООО «Служба городской рекламы» генерального директора <...>

Согласно Свидетельству о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС2-8701 от 30.07.2007г журнал «Квартирные вопросы мурманчан» зарегистрировано как рекламное издание, реклама более 40%.

Из представленных материалов следует, что в выходных данных журнала «Квартирные вопросы мурманчан» №30 зима-весна 2014/15 отсутствует требуемая информация о специализации средства массовой информации.

Генеральный Директор ООО «Служба городской рекламы» пояснила, что общество не умалчивает о специализации журнала «Квартирные вопросы мурманчан», требуемая информация доводится до читателя в верхней части обложки журнала и в верхней части первой страницы, кроме того, на каждом рекламном модуле стоит пометка «реклама», несмотря на то, что такая пометка для СМИ, специализирующихся на сообщениях рекламного характера не требуется.

Генеральный директор предположил, что в декабре 2014 года в распространение могли попасть бракованные журналы с не пропечатанным текстом из-за сбоя программы Scribus. Редакция проводила выбраковку экземпляров и уничтожала бракованные экземпляры, но не исключено, что брак мог попасть в реализацию.

Одними из целей Закона о рекламе являются реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Потребитель должен быть проинформирован о специализации средства массовой информации, чтобы четко ориентироваться в тематике и принять правильное для себя решение о необходимости приобретать журнал.

При таких обстоятельствах Комиссия пришла к выводу о том, что журнал «Квартирные вопросы мурманчан» №30 зима-весна 2014/15 являясь средством массовой информации, специализирующимся на сообщениях и материалах рекламного характера должен содержать на обложке и в выходных данных информацию о специализации в целях доведения достоверной и полной информации до потребителя.

Комиссия признала средство массовой информации журнал «Квартирные вопросы мурманчан» №30 зима-весна 2014/15 не соответствующим требованию статьи 16 Закона о рекламе и ненадлежащим.

В соответствии с пунктом 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение статьи 16 Закона возложена на рекламодателя.

Рекламодателем является ООО «Служба городской рекламы» (ОГРН 1055100154614 от 18.01.2005, ИНН 5190133069, 183032, г. Мурманск, ул. Полярные Зори, д.38).

ООО «Служба городской рекламы» является рекламопроизводителем и рекламодателем журнала «Квартирные вопросы мурманчан», т.е.

лицом, заинтересованным в выходе в свет средства массовой информации.

В этой связи Общество должно соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе и иными федеральными законами, нормативными правовыми актами Президента Российской Федерации, нормативными правовыми актами Правительства Российской Федерации.

ООО «Служба городской рекламы» не представило в материалы дела доказательства, свидетельствующие об объективных причинах невозможности принятия всех зависящих от него мер по соблюдению требований законодательства о рекламе.

ООО «Служба городской рекламы» уведомлено о рассмотрении дела № 08-04-15/03 надлежащим образом. Определение о возбуждении дела № 08-04-15/03 по признакам нарушения рекламного законодательства направлено по юридическому адресу ООО «Служба городской рекламы» 16.02.2015г.

Решение оглашено в присутствии генерального директора ООО «Служба городской рекламы».

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать средство массовой информации журнал «Квартирные вопросы мурманчан» №30 зима-весна 2014/15 ненадлежащим, поскольку журнал не соответствует требованиям статьи 16 Закона о рекламе.

2. Выдать ООО «Служба городской рекламы» предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства и соблюдения статьи 16 Закона о рекламе.

Резолютивная часть решения объявлена 11 марта 2015 года.

Решение в полном объеме изготовлено 13 марта 2015 года.

Решение может быть обжаловано в суд (арбитражный суд) в течение трех месяцев со дня изготовления решения в полном объеме.

#### **ПРЕДПИСАНИЕ**

**о прекращении нарушения законодательства**

**Российской Федерации о рекламе по делу**

11.03.2015года

г. Мурманск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), в составе:

Председатель комиссии - заместитель руководителя – Попова Ирина Николаевна;

Члены комиссии: начальник отдела - Коптев Алексей Сергеевич, главный специалист-эксперт - Мороз Светлана Валерьевна

на основании своего решения от 11.03.2015 по делу № 08-04-15/03 о признании средства массовой информации журнал «Квартирные вопросы мурманчан» №30 зима-весна 2014/15., в выходных данных которого не содержится информация о специализации, ненадлежащим, не соответствующим требованию статьи 16 Федерального Закон « О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (Далее - Закон о рекламе), и в соответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508,

**ПРЕДПИСЫВАЕТ:**

1.Рекламораспространителю ООО «Служба городской рекламы» (ОГРН 1055100154614 от 18.01.2005, ИНН 5190133069, 183032, г. Мурманск, ул. Полярные Зори, д.38) прекратить нарушение статьи 16 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.06 № 38-ФЗ., и внести данные о специализации журнала в выходные данные журнала.

2.Об исполнении предписания и принятых мерах сообщить в УФАС по Мурманской области до 05 апреля 2015 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.