

РЕШЕНИЕ

по делу №03-21/52-2016

о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«23» ноября 2016 года

г. Йошкар-Ола

Резолютивная часть решения объявлена: «16» ноября 2016 года

Полный текст решения изготовлен: «23» ноября 2016 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии –

член Комиссии –

член Комиссии –

рассмотрев дело, возбужденное по признакам нарушения части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», в отсутствие лиц, участвующих в деле, надлежащим образом извещенных о дате, времени и месте рассмотрения дела

УСТАНОВИЛА:

Федеральная антимонопольная служба на основании пункта 6 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 №508, направила в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) заявление С. о размещении на сайте www.sports.ru рекламы концерта группы «Каста» в июле-августе 2016 года.

Антимонопольным органом возбуждено дело №03-21/52-2016 по факту распространения рекламы, содержащей признаки нарушения части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

Из письменных пояснений ООО «С» следует, что рекламодателем и рекламопроизводителем спорной рекламы является ООО «Х», рекламораспространителем – ООО «С». Заявка на размещение, разработанный макет рекламы были представлены по электронной почте ООО «Х».

Спорная реклама была размещена на сайте www.sports.ru в виде динамического баннера: баннер с изображением музыкальной группы «Каста» и баннер с информацией о дате, времени, месте проведения концерта с указанием категории информационной продукции (16+). Период смены составных частей динамического баннера составляет 5 сек. Размещение знака возрастной категории информационной продукции на одной из частей динамического баннера достаточно для соблюдения требований Федерального закона от 29.12.2010 №436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», поскольку части указанного баннера связаны единой темой и дополняют друг друга по содержанию, а, следовательно, указание возрастной категории информационной продукции на баннере №2 распространяется и на информацию, содержащуюся на баннере №1.

Рассмотрев материалы дела №03-21/52-2016 о нарушении законодательства о рекламе, Комиссия Марийского УФАС России признает рассматриваемую рекламу ненадлежащей по следующим основаниям.

Из заявления следует, что на сайте www.sports.ru размещена реклама следующего содержания: «12 августа NORTHERN SOUND ПОРТ КАСТА НОВЫЕ ТРЕКИ. ВСЕ ХИТЫ» (далее – реклама), содержащая признаки нарушения части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

Согласно статье 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.

Под объектом рекламирования понимают 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.

Из анализа текста рекламы следует, что объектом рекламирования выступает развлекательное мероприятие – выступление группы «Каста» 12 августа 2016 года на открытой площадке «Порт на ВДНХ».

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой, так как распространена при помощи информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

В соответствии с частью 10.1 статьи 5 Закона о рекламе не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (далее – ФЗ № 436), без указания категории данной информационной продукции.

В силу части 1 статьи 12 ФЗ № 436 обозначение категории информационной продукции знаком информационной продукции и (или) текстовым

предупреждением об ограничении распространения информационной продукции среди детей осуществляется с соблюдением требований данного закона ее производителем и (или) распространителем с указанием цифры и знака «плюс» или соответствующего текстового предупреждения.

На основании пункта 5 статьи 2 ФЗ № 436 информационная продукция – это 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.

Согласно пункту 3 статьи 2 ФЗ № 436 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.

Классификация информационной продукции осуществляется в соответствии с требованиями ФЗ №436 по следующим категориям информационной продукции: 1) информационная продукция для детей, не достигших возраста шести лет; 2) информационная продукция для детей, достигших возраста шести лет; 3) информационная продукция для детей, достигших возраста двенадцати лет; 4) информационная продукция для детей, достигших возраста шестнадцати лет; 5) информационная продукция, запрещенная для детей (информационная продукция, содержащая информацию, предусмотренную [частью 2 статьи 5](#) данного Федерального закона).

Исходя из положений названных норм, выступление конкретной музыкальной группы в конкретный день, указанный в рекламном сообщении, направлено на привлечение зрителей и поклонников к рекламируемому мероприятию. Следовательно, информация, которая может быть распространена посредством данного зрелищного мероприятия является информационной продукцией, подлежащей классификации в соответствии с требованиями ФЗ №436.

Как следует из письменных пояснений ООО «С» спорная реклама была размещена в форме динамического баннера, состоящего из двух частей. В материалы дела №03-21/52-2016 обществом представлен на флеш-диске макет размещенного на сайте sports.ru баннера. Одна из частей указанного баннера содержит информацию, зафиксированную заявителем Соджиевой В. следующего содержания:



(далее – часть 1),

другая его часть содержит следующую информацию:



(далее – часть 2),

Содержание обеих частей баннера информирует потребителей о дате, месте проведения концерта группы «Каста». Часть 1 рекламного баннера содержит информацию о произведениях, которые будут исполнены группой «Каста», часть 2 баннера – о концерте, а также информирует потребителей о времени начала рекламируемого мероприятия (в 19:00), содержит ссылки на билетных операторов.

Таким образом, каждая из частей динамического баннера может быть воспринята потребителями как отдельная реклама информационной продукции, поскольку их содержание указывает на зрелищное мероприятие, а, следовательно, обе части баннера должны содержать знак информационной продукции.

На рассматриваемой рекламе развлекательного мероприятия – концерта группы «Каста», размещенной на сайте www.sports.ru и зафиксированной заявителем С. (часть 1 баннера), отсутствует знак информационной продукции. Указанный знак содержится только на части 2 рекламного баннера.

Таким образом, данная реклама нарушает требования части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно пунктам 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Между ООО «С» и ООО «Х» заключено партнерское соглашение от 06.06.2016, предметом которого является объединение сторонами усилий с целью содействия в продвижении продукции и услуг друг друга, формирование позитивного образа другой стороны в глазах потенциальных потребителей и деловых партнеров, осуществления мер и распространения информации, направленных на укрепление деловой репутации другой стороны (пункт 1.1. партнерского соглашения от 06.06.2016).

Пунктом 1.1.1. указанного соглашения предусмотрено, что для содействия продвижения продукции и услуг ООО «Х» ООО «С» размещает на Интернет-сайте sports.ru рекламные материалы ООО «Х» на следующих условиях: рекламные материалы в виде динамического рекламного баннера размером 900x900 с гео таргетингом на Москву и Московскую область; рекламные материалы ООО «Х» размещаются на Интернет-сайте sports.ru в период с 20 июля 2016 года по 12 августа 2016 года; количество показов рекламных материалов ООО «Х» на Интернет-сайте sports.ru – 1 000 000 (один миллион) показов; ООО «Х» гарантирует, что контент не нарушает прав на объекты интеллектуальной собственности какой-либо третьей стороны (включая авторское право, патенты, секреты производства, товарные знаки); ООО «С» обязуется самостоятельно и за свой счет разрешать возможные претензии третьих лиц относительно размещенных рекламных материалов в рамках данного партнерского соглашения.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение требований части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

Учитывая представленное в материалы дела №03-21/52-2016 партнерское соглашение от 06.06.2016, рекламодателем спорной рекламы является ООО «С».

Позиция ООО «С» о нарушении антимонопольным органом порядка рассмотрения дела, возбужденного по признакам нарушения законодательства о рекламе, является ошибочной по следующим основаниям.

В соответствии с частью 3 статьи 7 Федерального закона от 02.05.2006 №59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации» (далее – Закон о порядке рассмотрения обращений) обращение, поступившее в государственный орган, в форме электронного документа, подлежит рассмотрению в [порядке](#), установленном указанным Федеральным законом. В обращении гражданин в обязательном порядке указывает свои фамилию, имя, отчество (последнее - при наличии), адрес электронной почты, если ответ должен быть направлен в форме электронного документа, и почтовый адрес, если ответ должен быть направлен в письменной форме. Гражданин вправе приложить к такому обращению необходимые документы и материалы в электронной форме либо направить указанные документы и материалы или их копии в письменной форме.

Согласно [пункту 1 статьи 9](#) Закона о порядке рассмотрения обращений обращение, поступившее в государственный орган, подлежит обязательному рассмотрению.

Согласно пунктам 3.4, 3.6 Административного регламента Федеральной

антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом Федеральной антимонопольной службы от 23.11.2012 №711/12, заявитель вправе подать заявление и материалы в произвольной письменной форме или в форме электронного документа. Заявление и материалы, направляемые с использованием информационно-технологической и коммуникационной инфраструктуры, в том числе портала государственных и муниципальных услуг (функций), заполняются в автоматическом режиме путем заполнения электронной формы. Заявление должно содержать сведения о заявителе, в том числе: для физического лица - фамилия, имя, отчество (при наличии), адрес места жительства; наименование рекламодателя, рекламопроизводителя, рекламораспространителя, действия которых содержат признаки нарушения законодательства о рекламе, или наименование федерального органа исполнительной власти, органа исполнительной власти субъекта Российской Федерации, органа местного самоуправления, принявшего акт, полностью или в части противоречащий законодательству о рекламе; описание фактов, свидетельствующих о наличии признаков нарушения законодательства о рекламе, с указанием способа, места и времени распространения рекламы или указание акта федерального органа исполнительной власти, акта органа исполнительной власти субъекта Российской Федерации, акта органа местного самоуправления, полностью или в части противоречащего законодательству о рекламе, с приложением имеющихся доказательств; существо требований, с которыми заявитель обращается; перечень прилагаемых документов.

Обращение С. подано в антимонопольный орган в письменном виде посредством электронной почты, направленной на официальный электронный адрес Федеральной антимонопольной службы, что прямо предусмотрено [ч. 3 ст. 7](#) Федерального закона от 02.05.2006 № 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации», [п. 3.6](#) Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом Федеральной антимонопольной службы от 23.11.2012 №711/12, а, следовательно, антимонопольный орган правомерно рассмотрел заявление и возбудил дело по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Марийское УФАС России, изучив представленные в материалы дела доказательства, учитывая, отсутствие сведений устранения факта нарушения законодательства о рекламе, считает, что в данном случае имеются основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ООО «С».

Руководствуясь частью 2 пункта 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

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, размещенную на сайте www.sports.ru следующего содержания: «12 августа NORTHERN SOUND ПОРТ КАСТА НОВЫЕ ТРЕКИ. ВСЕ ХИТЫ», поскольку в ней нарушены требования части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».
2. Выдать обществу с ограниченной ответственностью «С» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в соответствии со статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

ПО ДЕЛУ № 03-21/52-2016

«23» ноября 2016 года

г. Йошкар-Ола

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии –

член Комиссии –

член Комиссии –

на основании своего решения от «23» ноября 2016 года по делу № 03-21/52-2016 о признании ненадлежащей рекламы, размещенной на сайте www.sports.ru следующего содержания: «12 августа NORTHERN SOUND ПОРТ КАСТА НОВЫЕ ТРЕКИ. ВСЕ ХИТЫ», в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Обществу с ограниченной ответственностью «С» в семидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно прекратить распространение рекламы информационной продукции без указания категории данной продукции.

2. Обществу с ограниченной ответственностью «С» представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в течение трех дней с момента его исполнения.

Пунктом 2.4 статьи 19.5 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность за невыполнение в установленный срок законного решения, предписания федерального антимонопольного органа, его территориального органа о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии:

