

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

председатель Комиссии – заместитель руководителя – начальник отдела

член Комиссии – начальник отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов

член Комиссии – специалист – эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов

рассмотрев дело № 03-21/45-2018, возбужденное по признакам нарушения части 10.1 статьи 5, статьи 9 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившимся в распространении рекламы в газете «PRO город Йошкар-Ола» в №19 (246) от 12 мая 2018 года на странице 16 рекламы о проведении 1-й специализированной выставки «Красота и здоровье Весна 2018»,

в отсутствии лица, участвующего в деле, надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) проведен мониторинг рекламы, размещенной в газете «PROгород», в ходе проведения которого установлен факт размещения в №19 (246) от 12 мая 2018 года на странице 16 рекламы о проведении 1-й специализированной выставки «Красота и здоровье Весна 2018», следующего содержания:

содержащей признаки нарушения части 10.1 статьи 5, статьи 9 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

Определением от 05.12.2018 Марийским УФАС России возбуждено дело №03-21/45-2018.

На рассмотрение дела ИП К представил письменные пояснения от 21.01.2019 вх. № 667, в которых указал, что рекламный материал был предоставлен заказником ИП Б

Комиссия Марийского УФАС России, рассмотрев полученные материалы и

документы, письменные и устные пояснения лиц, участвующих в деле, приходит к выводу о нарушении законодательства о рекламе при распространении рассматриваемой рекламы на основании следующего.

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 «1-ая специализированная выставка Красота и здоровье весна 2018» следует, что объектом рекламирования выступает выставка «Красота и здоровье весна 2018», проходящая 26 мая в ледовом дворце РМЭ, а также акция «Приди на выставку и получи Iphone 7!».

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена (Письмо ФАС России от 05.04.2007 №АЦ/4624 «О понятии «неопределенный круг лиц»).

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой, так как распространена при помощи печатного издания, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

Согласно части 1 статьи 12 Федерального закона от 29.12.2010 №436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию (далее – 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.

В соответствии с пунктом 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 части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями ФЗ № 436, без указания категории данной информационной продукции.

Выставка «Красота и здоровье весна 2018» на основании пункта 3 статьи 2 ФЗ № 436 относится к информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями данного закона.

В соответствии с требованиями части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе категория данной продукции должна быть обозначена в ее рекламе соответствующей цифрой, знаком или предупреждением о возрастных ограничениях распространения такой продукции среди детей.

На рассматриваемой рекламе выставки «Красота и здоровье весна 2018», размещенной в газете «PRO город Йошкар-Ола» отсутствует знак информационной продукции.

Следовательно, рассматриваемая реклама нарушает часть 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии со статьей 9 Закона о рекламе в рекламе, сообщаемой о проведении конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должны быть указаны:

- 1) сроки проведения такого мероприятия;
- 2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Таким образом, в качестве отдельного объекта, к рекламе которого установлены специальные требования, выделяет стимулирующее мероприятие - стимулирующую лотерею, конкурс, игру, иное подобное мероприятие, условием участия в которых является приобретение определенного товара и возможность получения выигрыша (приза, подарка) (Письмо ФАС России от 02.12.2011 № АК/44977 «О разъяснении некоторых положений Федерального закона «О рекламе».

То обстоятельство, что в рекламе не указаны сведения о каком-либо конкурсе с розыгрышем призов или получением выигрышей, не освобождает ИП К от соблюдения требований статьи 9 Закона о рекламе, поскольку в

рекламе содержится словосочетание: «Приди на выставку и получи Iphone 7!», которое может восприниматься обычным потребителем как стимулирующее мероприятие, что призывает к осуществлению потребителем определенных действий, что может быть компенсировано интересными для такого потребителя условиями.

Однако, в рассматриваемой рекламе отсутствуют сведения о сроке проведения акции и об источнике информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам акции, сроках и месте их получения.

Таким образом, рассматриваемая реклама нарушает статью 9 Закона о рекламе.

В письменных пояснениях от 22.06.2018 ИП К представил договор от 08.05.2018, заключенный между ИП Б.(Заказчик) и ИП К.(Исполнитель), согласно которому исполнитель по заявке заказчика возмездно выполняет работы и/или услуги по производству и размещению рекламных и/или информационных материалов в средстве массовой информации «ПРО город Йошкар-Ола».

Согласно письменным пояснениям ИП Б от 13.09.2018, ею произведена устная договоренность с ИП К на размещение рекламного макета о проведении выставки. Макет перед выпуском газеты не был согласован с ИП Б., в представленном договоре допущена ошибка в фамилии индивидуального предпринимателя, кроме того отсутствует печать ИП Б

Кроме того, ИП К не представлены достаточные доказательства, подтверждающие, что макет рекламы был разработан ИП Б

Согласно частям 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель, за нарушение статьи 9 Закона о рекламе рекламодатель и рекламораспространитель.

Согласно пунктам 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе 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.

Следовательно, ответственность за размещение спорной рекламы возложена на ИП К

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.

В материалах дела отсутствуют сведения, отражающие размещение рассматриваемой рекламы в настоящее время.

На основании указанного, Комиссия Марийского УФАС России, считает, что в данном случае отсутствуют основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ИП К

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 законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, размещенную в №19 (246) от 12 мая 2018 года на странице 16 рекламы о проведении 1-й специализированной выставки «Красота и здоровье Весна 2018», следующего содержания:

поскольку она не соответствует требованиям части 10.1 статьи 5, статьи 9 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. 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