

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель:

<...>,

Члены Комиссии:

<...>,<...>,

рассмотрев дело №81-ФАС22-Р/05-13 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения наружной рекламы информационной продукции клуба «Кукурузник», в которой отсутствует указание категории информационной продукции,

в присутствии лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – рекламодателя ООО «Медиа Регион» в лице директора <...>; рекламодателя ИП Иванникова П.А. в лице представителя по доверенности <...>; рекламодателя ООО «Рекламные Технологии» в лице представителя по доверенности <...>,

в отсутствие представителя заинтересованного лица – Обособленное подразделение ООО «КЛУБ «КАТАСТРОФА» (уведомлено надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

управлением Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю выявлен факт распространения в г. Барнауле наружной рекламы клуба «Кукурузник» следующего содержания: «night club Кукурузник Девушкам вход бесплатно* + коктейль в подарок** *во все дни, кроме специально проводимых мероприятий **всем девушкам пришедшим о 23.00 www.club-kukuruznik.ru тел. 426-222, ул. 50 лет. СССР 51а», которая сопровождается изображением нарисованного лица женщины и бокала для коктейлей. Реклама размещена на 2 рекламных конструкциях – на пересечении ул. Энтузиастов и ул. Попова, а также на Павловском тракте (Малаховское кольцо, рекламная конструкция - ИНД 9042-1).

Согласно ч. 10.1 ст.5 Федерального закона «О рекламе», не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29.12.2010 года №436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», без указания категории данной информационной продукции.

В рассматриваемой рекламе отсутствует указание категории информационной продукции, предусмотренное ч.10.1 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

На заседании Комиссии управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения

законодательства о рекламе (далее Комиссия) представитель ИП Иванникова П.А. <...>, факт нарушения не признал, так как считает, что рассматриваемая реклама не содержит указания на информационную продукцию; директор ООО «Медиа Регион» <...>, факт нарушения признал; представитель ООО «Рекламные Технологии» <...>, факт нарушения признала, пояснила, что реклама снята с размещения.

Комиссия, исследовав материалы дела и заслушав доводы представителей сторон, пришла к следующим выводам.

Рассматриваемая антимонопольным органом информация полностью соответствует легальному определению понятия «реклама», закреплённому в статье 3 Федерального закона «О рекламе», является публичной, адресована неопределённому кругу лиц и направлена на привлечение внимания потребителей рекламы к следующим объектам рекламирования: ночной клуб «Кукурузник», информационная продукция – зрелищные мероприятия. Реклама способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их на рынке.

Установлено, что в клубе «Кукурузник» деятельность осуществляет Обособленное подразделение ООО «КЛУБ «КАТАСТРОФА» (ОГРН 1062210017550).

Согласно ч. 10.1 ст.5 Федерального закона «О рекламе», не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29.12.2010 года №436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», без указания категории данной информационной продукции.

Под информационной продукцией, согласно ст. 2 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» понимаются предназначенные для оборота на территории Российской Федерации продукция средств массовой информации, печатная продукция, аудиовизуальная продукция на любых носителях, программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ) и базы данных, а также информация, распространяемая посредством зрелищных мероприятий, и информация, размещаемая в информационно-телекоммуникационных сетях (в том числе в сети Интернет) и сетях 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.

Таким образом, довод представителя ИП Иванникова П.А. <...>, о том, что в рекламе отсутствует указание на информационную продукцию, Комиссией отклоняется, так как в рассматриваемой рекламе содержится указание на информацию, распространяемую посредством зрелищных мероприятий.

Глава 2 Федерального закона «О защите детей и информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» вводит классификацию информационной продукции по пяти категориям:

- 1) информационная продукция для детей, не достигших возраста шести лет (0+);
- 2) информационная продукция для детей, достигших возраста шести лет (6+);
- 3) информационная продукция для детей, достигших возраста двенадцати лет (12+);
- 4) информационная продукция для детей, достигших возраста шестнадцати лет (16+);
- 5) информационная продукция, запрещенная для детей (18+).

Согласно ч.1 ст. 12 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» категория информационной продукции может обозначаться знаком информационной продукции и (или) текстовым предупреждением об ограничении распространения информационной продукции среди детей.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе зрелищного мероприятия отсутствует указание категории информационной продукции.

Согласно п. 4 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Следовательно, наружная реклама клуба «Кукурузник», размещенная на пересечении ул. Энтузиастов и ул. Попова, а также на Павловском тракте (Малаховское кольцо), является ненадлежащей, так как при ее распространении нарушено требование ч. 10.1 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требования ч.10.1 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Из представленных в адрес антимонопольного органа документов следует, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является Обособленное подразделение ООО «КЛУБ «КАТАСТРОФА». Согласно договору №038 на размещение рекламных материалов от 01.04.2013г., рекламораспространителем рекламы, размещенной на пересечении ул. Энтузиастов и ул. Попова, является ИП Иванников П.А.

По договору № Б-408 на оказание услуг по распространению рекламно-информационных материалов наружной рекламы от 19.11.2012г. и согласно акту сдачи-приемки №658 от 31.01.2013г., рекламораспространителем рекламы клуба «Кукурузник», размещенной на Павловском тракте, является ООО «Рекламные Технологии».

Признаки нарушения законодательства о рекламе в действиях ООО «Медиа Регион» при рассмотрении Комиссией материалов дела не подтвердились, так как размещение рекламы клуба «Кукурузник» на пересечении ул. Энтузиастов и ул. Попова, а также на Павловском тракте (Малаховское кольцо), Общество не осуществляло.

На основании изложенного, Комиссией установлен факт нарушения ИП Иванниковым П.А. и ООО «Рекламные Технологии» ч. 10.1 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», выразившегося в распространении ненадлежащей наружной рекламы клуба «Кукурузник» с содержанием информационной продукции без указания категории возраста.

Согласно ч.2 ст. 33 Федерального закона «О рекламе», антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламораспространителям, рекламопроизводителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе выдается виновному в нарушении лицу, а также участвующим в рассмотрении дела заинтересованным лицам, причастным к распространению ненадлежащей рекламы и способным прекратить ее распространение.

Распространение рекламы клуба «Кукурузник», в которой содержится нарушение ч. 10.1 ст.5 Федерального закона «О рекламе» осуществляется на основании договоров Обособленного подразделения ООО «КЛУБ «КАТАСТРОФА» с рекламораспространителями, таким образом, рекламодатель является лицом, способным устранить нарушение законодательства о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1.Признать наружную рекламу клуба «Кукурузник», размещенную на пересечении ул. Энтузиастов и ул. Попова, а также на Павловском тракте (Малаховское кольцо), ненадлежащей, так как при ее размещении нарушено требование ч.10.1 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

2.Признать ИП Иванникова П.А. и ООО «Рекламные Технологии» нарушившими требования законодательства Российской Федерации о рекламе.

3.Выдать ИП Иванникову П.А. и ООО «Рекламные Технологии» предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

4.Выдать Обособленному подразделению ООО «КЛУБ «КАТАСТРОФА» как лицу, способному устранить нарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

5.Производство по делу в отношении ООО «Медиа Регион» прекратить, в связи с отсутствием в действиях Общества нарушения законодательства о рекламе.