

28 февраля 2012 г.

г. Владивосток

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Приморскому краю (далее - Приморское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

**Председатель Комиссии:**

Абросимов Д.Е. – заместитель руководителя Приморского УФАС России;

**члены Комиссии:**

Кромской С.В. – начальник отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции;

Марченко Н.Б. – главный специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции;

Рязанова А.А. - специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

рассмотрев 27 февраля 2012 года дело № 8/07-2012,

возбужденное по обращению гражданина К. (г. Артем),

в отношении редакции журнала «proМОЛОДЁЖЬ» (ул. Кирова, 48, г. Артем, 692760),

о нарушении статьи 16 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федерального закона «О рекламе»), выразившимся в распространении рекламы в журналах «proМОЛОДЁЖЬ» без пометок «реклама» или «на правах рекламы»,

при участии:

от редакции журнала «proМОЛОДЁЖЬ» - главный редактор Шпак Ирина Александровна на основании прав по должности (приказ о назначении на должность № 22 «Д» от 20.04.2009г.),

в отсутствие заявителя К., уведомленного о времени и месте рассмотрения настоящего дела надлежащим образом,

УСТАНОВИЛА:

23.01.2012 в адрес Приморского УФАС России из прокуратуры города Артема поступило для рассмотрения по подведомственности обращение гражданина К., жителя города Артем, в части проверки доводов в его обращении от 10.01.2012 к

прокурору города Артем о нарушении законодательства о рекламе при издании журнала «proМОЛОДЁЖЬ».

В ходе анализа поступивших материалов было установлено, что реклама салона красоты «4 Сезона», размещенная в выпуске № 7 журнала «proМОЛОДЁЖЬ» за апрель – июнь 2011 г. на странице 73; реклама пейнтбольного клуба «Адреналин», размещенная в выпуске № 8 за июль – сентябрь 2011 г. на странице 76; реклама спортивного питания «фитнес Factor» и реклама суши – бара «Осака», размещенная на обложке журнала «proМОЛОДЁЖЬ», размещена с нарушением статьи 16 Федерального закона «О рекламе» - без пометок «реклама» или «на правах рекламы».

Согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации серии ПИ № ТУ 25-00068 от 19.03.2009 журнал «proМОЛОДЁЖЬ» является информационно-развлекательным изданием, не специализирующимся на сообщениях и материалах рекламного характера.

В соответствии со статьей 16 Федеральный 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».

Таким образом, указанная реклама в журнале «proМОЛОДЁЖЬ» в выпусках №№ 7, 8, 9 распространялась с нарушением статьи 16 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований статьи 16 несет рекламораспространитель.

Рекламораспространителем вышеуказанной рекламы является – журнал «proМОЛОДЁЖЬ».

27 февраля 2012 года в ходе рассмотрения дела № 8/07-2012, главный редактор журнала «proМОЛОДЁЖЬ» Шпак И.А. признала факт нарушения в полном объеме и пояснила, что нарушение рекламного законодательства произошло по ее вине, вследствие ненадлежащего контроля за размещением рекламы в журнале.

Шпак И.А. пояснила, что журнал «proМОЛОДЁЖЬ» был создан в целях патриотического и духовно-нравственного воспитания, поддержки талантливой, творческой молодежи, ее инициатив. Размещение рекламы в журнале «proМОЛОДЁЖЬ» осуществлялось на безвозмездной основе.

Исследовав материалы дела (выпуски журнала «proМОЛОДЁЖЬ» №№ 7, 8, 9, заявление гражданина К. от 10.01.2012, копия свидетельства о регистрации СМИ – журнала «proМОЛОДЁЖЬ», приказ от 20.04.2009 № 22 Д о назначении Шпак И.А. главным редактором журнала «proМОЛОДЁЖЬ», письменное объяснение Шпак И.А., поступившее 24.02.2012, с приложением рекламных макетов), выслушав пояснения главного редактора журнала Шпак И.А., Комиссия отмечает следующее.

Отношения в сфере рекламы независимо от места ее производства, если распространение рекламы осуществляется на территории Российской Федерации, регулируются Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О

рекламе».

Согласно части 1 статьи 33 Федерального закона «О рекламе» Антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 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 салона красоты «4 Сезона», размещенную в выпуске № 7 журнала «proМОЛОДЁЖЬ» за апрель – июнь 2011 г. на странице 73; рекламу пейнтбольного клуба «Адреналин», размещенную в выпуске № 8 за июль – сентябрь 2011 г. на странице 76; рекламу спортивного питания «фитнес Factor» и рекламу суши – бара «Осака», размещенную на обложке журнала «proМОЛОДЁЖЬ», поскольку указанная реклама была размещена без пометок «реклама» или «на правах рекламы», предусмотренных статьей 16 Федерального закона «О рекламе».
2. Выдать журналу «proМОЛОДЁЖЬ» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Приморского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, ответственность за которое предусмотрена статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.