

РЕШЕНИЕ

02 декабря 2014 г.

г. Чебоксары

Дело № 39-Р-2014

Резолютивная часть решения оглашена 18 ноября 2014 года
Решение в полном объеме изготовлено 02 декабря 2014 года

Комиссия Чувашского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

<...> - заместитель руководителя управления, председатель Комиссии;

<...> – начальник отдела контроля органов власти и рекламы, член комиссии;

<...> - ведущий специалист-эксперт отдела контроля органов власти и рекламы, член комиссии;

рассмотрев дело № 39-Р-2014, возбужденное в отношении редакции газеты «Салам» (в переводе на русский язык «Привет»), по признакам нарушения части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе,

в отсутствие лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, - главного редактора газеты «Салам»

«...», надлежащим образом извещенного о времени и месте рассмотрения дела - распечатка с сайта «Почта России» от 18.11.2014 9:32 (Комиссия считает возможным рассмотреть настоящее дело в его отсутствие),

в присутствии начальника отдела по защите прав субъектов персональных данных, надзора в сфере массовых коммуникаций и информационных технологий Управления Роскомнадзора по Чувашской Республике-Чувашии «...» (доверенность от 18.07.2014 № 0012-Д),

УСТАНОВИЛА:

Управлением Роскомнадзора по Чувашской Республике-Чувашии в ходе мониторинга печатных средств массовой информации в газете «Салам» от 03.10.2014 № 15 выявлены признаки нарушения требований части 10.1 статьи 5

Федерального закона «О рекламе», выразившиеся в отсутствии сведений о категории информационной продукции.

На странице 5 вышеуказанного номера газеты «Салам» в рубрике «Чувашкино»: прошлое, настоящее, будущее» размещена реклама информационной продукции (художественные фильмы), произведенной студией «Аксар».

Пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» определено, что 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.

Информация, распространенная в газете «Салам», является рекламой, поскольку обладает всеми квалифицирующими признаками данного понятия, определенного в пункте 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с частью 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», без указания категории данной информационной продукции.

Согласно части 3 статьи 6 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» классификацию информационной продукции проводят 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 части 1 статьи 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.

Под информационной продукцией согласно пункту 5 статьи 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 видах носителей, 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.

Рекламируемые в газете «Салам» художественные фильмы являются информационной продукцией, так как содержат все квалифицирующие признаки данного понятия, определенные в пункте 5 статьи 2 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

Представитель Управления Роскомнадзора поддержал доводы, изложенные в заявлении.

Комиссия, изучив материалы дела, заслушав доводы представителя Управления Роскомнадзора по Чувашской Республике приходит к выводу о том, что реклама информационной продукции, распространенная в средстве массовой информации - газете «Салам» от 03.10.2014 № 15, нарушает требования, установленные в части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», поскольку в ней отсутствует указание на категорию информационной продукции.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 10.1 настоящего Закона, несет рекламораспространитель.

В силу пункта 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламораспространителем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, а именно редакция газеты «Салам».

В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33 Федерального закона «О рекламе» антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В связи с тем, что редакция газеты «Салам» не представила информацию об устранении нарушения, Комиссия считает необходимым выдать редакции названной газеты предписание о прекращении нарушения 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 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространенную редакцией газеты «Салам» от 03.10.24.12.2013 № 15, поскольку в ней нарушены требования, установленные частью 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать редакции газеты «Салам» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 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

<...>

<...>