

РЕШЕНИЕ

по делу №03-02/14-2015

18 мая 2015 года

г. Петрозаводск

Резолютивная часть решения объявлена 05 мая 2015 года.

Решение изготовлено в полном объеме 18 мая 2015 года.

Комиссия Карельского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

<...>

рассмотрев дело №03-02/14-2015, возбужденное в отношении ООО «ЦСК» (ОГРН 1031000030830; ИНН/КПП 1001146043/100101001; юридический адрес: Республика Карелия, г.Петрозаводск, ул.Попова, д.7; дата регистрации 06.06.2003) по признакам нарушения статьи 16 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе», Закон), в присутствии представителя ООО «ЦСК» по доверенности от 05.05.2015 №35 – <...> ,

УСТАНОВИЛА:

Карельским УФАС России при осуществлении надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в соответствии с полномочиями, предоставленными статьей 33 ФЗ «О рекламе» установлено, что объем рекламы, размещенной в периодическом печатном издании - еженедельной бесплатной газете «Распродажка» №(98) 106 от 16.03.2015, составляет более сорока процентов от объема всего номера, при этом на обложке выпуска отсутствует информация о его специализации.

По результатам проведенной проверки определением от 10.04.2015 «О возбуждении дела №03-02/14-2015 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе» было возбуждено настоящее дело и назначено к рассмотрению на 05.05.2015

Рассмотрение дела состоялось в назначенное время.

На заседании комиссии представитель ООО «ЦСК» сообщил, что с нарушением полностью согласен, представил доказательства устранения допущенного нарушения.

Рассмотрев материалы дела, заслушав представителя ООО «ЦСК», Комиссия

пришла к следующим выводам.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламой признается 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. Объект рекламирования – товар, средство индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама (пункт 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе»).

На основании статьи 16 ФЗ «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». Объем рекламы в таких изданиях должен составлять не более чем сорок процентов объема одного номера периодических печатных изданий. Требование о соблюдении указанного объема не распространяется на периодические печатные издания, которые зарегистрированы в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера и на обложке и в выходных данных которых содержится информация о такой специализации.

Из буквального толкования указанных норм следует, что требование о соблюдении объема рекламы не более чем сорок процентов объема одного номера периодических печатных изданий не распространяется на печатные издания, которыми одновременно соблюдены несколько условий:

- 1) печатное издание зарегистрировано в качестве специализирующегося на сообщениях и материалах рекламного характера;
- 2) на обложке печатного издания содержится информация о специализации на сообщениях и материалах рекламного характера;
- 3) в выходных данных печатного издания содержится информация о специализации на сообщениях и материалах рекламного характера.

Как следует из свидетельства о регистрации СМИ от 23.09.2010 ПИ № ТУ10-001 12 печатное издание «Распродажка» зарегистрировано в качестве специализирующегося на сообщениях и материалах рекламного характера. Соответствующая информация содержится в выходных данных газеты.

В свою очередь, на обложке указанной газеты не содержится информация о такой специализации, следовательно, объем рекламы должен составлять не более чем сорок процентов объема одного номера журнала.

Размещенные в выпуске СМИ «Распродажка» от 16.03.2015 №(98) 106 информационные блоки полностью соответствуют понятию рекламы, поскольку являются информацией, адресованной неопределенному кругу лиц, направленной на привлечение внимания к различным объектам рекламирования, формирование или поддержание интереса к ним и их продвижению на рынке.

В результате проведенного анализа выпуска СМИ «Распродажка» от 16.03.2015

№(98) 106 установлено, что объем рекламы в нем составляет 82,5%.

Таким образом, в ходе рассмотрения дела комиссией Карельского УФАС России установлен факт нарушения ООО «ЦСК» статьи 16 ФЗ «О рекламе», выразившийся в превышении объема рекламы, размещенной в газете «Распродажка» от 16.03.2015 №(98) 106.

Нарушение данных требований, с учетом положений части 11 статьи 5 ФЗ «О рекламе», является ненадлежащей рекламой.

В силу части 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за несоблюдение требований названных норм несет рекламораспространитель.

Рекламораспространителем, согласно пункту 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе», является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Исходя из пункта 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе», а также исходя из указанного выше свидетельства о регистрации СМИ, рекламораспространителем данной рекламы является ООО «ЦСК».

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «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 рекламу, размещенную в выпуске СМИ «Распродажка» от 16.03.2015 №(98) 106, ненадлежащей, нарушившей требования статьи 16 ФЗ «О рекламе», так как её объем превышает 40% и на обложке указанной газеты не содержится информация о её специализации на сообщениях и материалах рекламного характера.

2. Предписание о прекращении нарушения статьи 16 ФЗ «О рекламе» ООО «ЦСК» не выдавать в связи с устранением допущенного нарушения.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Карельского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение антимонопольного органа может быть оспорено в арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения.

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>