

РЕШЕНИЕ

по делу № 74/04-2016 р

Резолютивная часть решения оглашена 02 февраля 2017 года

В полном объеме решение изготовлено 16 февраля 2017 года

омиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области о рассмотрению дел о нарушении рекламного законодательства в составе: председателя комиссии <...> – руководителя управления Кировского УФАС России, членов Комиссии: <...> – начальника отдела ФРИР Кировского УФАС России; <...>. – специалиста отдела ФРИР Кировского УФАС России; при ведении протокола <...> – специалиста отдела ФРИР Кировского УФАС России;

в присутствии от лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

<...>- представителя ГТРК «Вятка» по доверенности от 25.11.2016г.;

<...>. -представителя ГТРК «Вятка» по доверенности от 25.11.2016г.;

<...>- представителя ГТРК «Вятка» по доверенности от 01.02.2017г. № 97/01-31;

<...>представителя ООО «Позитив» по доверенности № б/н от 01.04.2016г.;

<...>- представителя ИП <...>по доверенности № б/н от 01.04.2016г.;

рассмотрев материалы дела № 74/04-2016р по признакам нарушения части 10.1 статьи 5, части 7 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» по факту распространения Федеральным государственным унитарным предприятием «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» в лице филиала Федерального государственного унитарного предприятия «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» «Государственная телевизионная и радиовещательная компания «Вятка», Обществом с ограниченной ответственностью «Позитив» (<...>и индивидуальным предпринимателем <...> на телеканале «Российский Информационный Канал «Россия-24» (далее «Россия -24») в блоке региональной рекламы эфира телеканала «Россия-24» информации следующего содержания: «Жилой комплекс «Семейный» <...>и информации: «Деловой журнал <...>!»,

УСТАНОВИЛА:

По результатам плановой проверки за соблюдением законодательства о рекламе (приказ УФАС по Кировской области от 22 сентября 2016 года № 155 «О

проведении плановой документарной проверки») было установлено, что рекламная информация, размещенная в блоке региональной рекламы в эфире телеканала «Россия-24», следующего содержания: «Жилой комплекс <...>», содержит признаки нарушения части 7 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38–ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Федеральный закон «О рекламе»), поскольку в рекламе, связанной с привлечением участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, отсутствует информация о месте и способах получения проектной декларации, предусмотренной федеральным [ЗАКОНОМ](#).

Определением от 07.11.2016г. возбуждено дело № 74/04-2016р в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Позитив» (далее ООО «Позитив») и Федерального государственного унитарного предприятия «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» в лице филиала Федерального государственного унитарного предприятия «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» «Государственная телевизионная и радиовещательная компания «Вятка» (далее - ГТРК «Вятка») по признакам нарушения части 7 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Ответчик- ООО «Позитив», обеспечил явку представителя по доверенности № б/н от 01.04.2016г. <...>который факт нарушения не признал, дополнительно пояснил, что спорная рекламная информация изготовлена индивидуальным предпринимателем <...> на основании договора на оказание услуг по размещению рекламы от 11.01.2016г.

Определением от 06.12.2016г. срок рассмотрения дела № 74/04-2016р продлен до 09.02.2017г. ГТРК «Вятка» вменена дополнительная квалификация по части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламной информации следующего содержания: «Деловой журнал <...>». Рассмотрение назначено на 19.01.2017г.

Изучив материалы дела, комиссия Кировского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно ст. 3 Федерального закона «О рекламе», рекламой является информация, распространяемая 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 понимается товар, средство его индивидуализации, 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. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, размещенная в блоке региональной рекламы в эфире телеканала «Россия-24», следующего содержания: «Деловой журнал «<...>!», адресована неопределенному кругу лиц (телезрителям), направлена на привлечение внимания к средству массовой информации - деловому журналу «<...>, способствует

формированию интереса к рекламируемому товару и его продвижению на рынке, и по своему содержанию является рекламой.

Ненадлежащей признается реклама не соответствующая требованиям законодательства РФ (ст. 3 Федерального закона «О рекламе»).

Информация, размещенная в блоке региональной рекламы в эфире телеканала «Россия-24», адресована неопределенному кругу лиц –телезрителям, является неперсонифицированной, получателями данной информации могут быть как совершеннолетние, так и несовершеннолетние лица.

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](#) от 29 декабря 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 [статье 2](#) Федерального [закона](#) от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ "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.

Учитывая изложенное, продукция средств массовой информации относятся к информационной продукции, которая должна содержать категорию информационной продукции.

Федеральным законом "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию" предусмотрена классификация 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+).

На основании [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.

Журнал «<...>» является информационной продукцией, адресован неопределенному кругу лиц, распространяется бесплатно, направлен на привлечение внимания к информации, размещенной в журнале <...> способствует формированию интереса к нему и его продвижению на рынке, и тем самым является рекламной продукцией.

При этом, реклама журнала <...>», являющегося продукцией средств массовой информации, не содержала категории информационной продукции (знак информационной продукции и (или) текст предупреждения об ограничении распространения информационной продукции среди детей), и следовательно, распространена в блоке региональной рекламы в эфире телеканала «Россия-24» с нарушением части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

На основании [части 7 статьи 28](#) Федерального закона «О рекламе» реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, должна содержать сведения о месте и способах получения проектной декларации, предусмотренной федеральным законом (в редакции, действующей на момент размещения рекламы).

Информация, размещенная в блоке региональной рекламы в эфире телеканала «Россия-24», следующего содержания: «Жилой комплекс <...>», адресована неопределенному кругу лиц (телезрителям), направлена на привлечение внимания потенциальных потребителей к квартирам, реализуемым в жилом комплексе <...> способствует формированию интереса к рекламируемым товарам и их продвижению на рынке, и по своему содержанию является рекламой.

В силу части 1 статьи 1 Федерального закона от 30.12.2004 N 214-ФЗ "Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации" (далее Закон № 214-ФЗ) предметом регулирования настоящего Федерального закона являются отношения, связанные с привлечением денежных средств граждан и юридических лиц для долевого строительства многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости (далее - участники долевого строительства) и возникновением у участников долевого строительства права собственности на объекты долевого строительства и права общей долевой собственности на общее имущество в многоквартирном доме и (или) ином объекте недвижимости, а также устанавливает гарантии защиты прав, законных интересов и имущества участников долевого строительства.

Согласно [пункту 1 части 2 статьи 1](#) Закона № 214-ФЗ привлечение денежных средств граждан, связанное с возникающим у граждан правом собственности на жилые помещения в многоквартирных домах, которые на момент привлечения таких денежных средств граждан не введены в эксплуатацию в порядке, установленном законодательством о градостроительной деятельности, допускается только на основании договора участия в долевом строительстве.

Частью 1 статьи 3 Закона № 214-ФЗ определено, что застройщик вправе привлекать денежные средства участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирного дома и (или) иных объектов недвижимости только после получения в установленном [порядке](#) разрешения на строительство, опубликования, размещения и (или) представления проектной

декларации в соответствии с настоящим Федеральным законом и государственной регистрации застройщиком права собственности на земельный участок, предоставленный для строительства (создания) многоквартирного дома и (или) иных объектов недвижимости, в состав которых будут входить объекты долевого строительства, либо договора аренды, договора субаренды такого земельного участка.

Согласно [части 1 статьи 19](#) Закона № 214-ФЗ проектная декларация включает в себя информацию о застройщике и информацию о проекте строительства.

В силу части 2 [статьи 19](#) Закона № 214-ФЗ проектная декларация публикуется застройщиком в средствах массовой информации и (или) размещается в информационно-телекоммуникационных сетях общего пользования (в том числе в сети "Интернет"). Застройщик вправе не публиковать в средствах массовой информации и (или) не размещать в информационно-телекоммуникационных сетях общего пользования проектную декларацию, если привлечение денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости осуществляется без производства, размещения и распространения рекламы, связанной с таким привлечением денежных средств. В этом случае застройщик обязан представить проектную декларацию любому заинтересованному лицу для ознакомления.

В спорной рекламной информации «Жилой комплекс <...>», объектом рекламирования является участие в долевом строительстве.

В рассматриваемом случае информация размещена посредством рекламы, следовательно сведения о застройщике и проекте строительства, обязательны для указания.

Целью опубликования и размещения проектной декларации в средствах массовой информации является предоставление возможности потребителю ознакомиться с информацией о застройщике и проекте строительства.

В [пункте 26](#) постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 разъяснено, что при проверке соблюдения требований, установленных [частью 7 статьи 28](#) Федерального закона «О рекламе» следует исходить из того, что реклама должна содержать указание на конкретный источник необходимой информации.

В ходе рассмотрения дела установлено, что многоквартирный дом по адресу: г. Киров, <...> является объектом долевого строительства, исходя из следующего.

Согласно Проектной декларации на строительство от 17.07.2015г. (с изменениями от 10.01.2017г.) застройщиком многоквартирного секционного жилого дома, расположенного по адресу: <...> Администрацией муниципального образования «Город Киров», предполагаемый срок введения в эксплуатацию IV квартал 2017г. Способ исполнения обязательств застройщика по договору определен Федеральным законом от 30.12.2004 N 214-ФЗ "Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации".

На момент размещения рекламы в эфире телеканала «Россия-24» с апреля 2016 по сентябрь 2016г., следующего содержания: «Жилой комплекс <...>», не был сдан в эксплуатацию многоквартирный секционный жилой дом по адресу: г. Киров, Ленинский <...> информация о котором указана в спорной рекламе, следовательно, рассматриваемая реклама направлена на привлечение денежных средств участников долевого строительства для строительства рекламируемого многоквартирного дома.

Поскольку проектной декларацией от 17.07.2015г. предусмотрено привлечение денежных средств только в порядке заключения договоров долевого участия в строительстве, то спорная реклама, размещенная до ввода дома в эксплуатацию (IV квартал 2017г.) в любом случае должна соответствовать императивным требованиям части 7 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Таким образом, рекламная информация в блоке региональной рекламы в эфире телеканала «Россия-24», следующего содержания: «Жилой комплекс «<...>» не содержала сведений о месте и способах получения проектной декларации для долевого строительства многоквартирного секционного жилого дома по адресу: г. Киров, Ленинский район, ул. <...> размещена с нарушением части 7 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Таким образом, действия ГТРК «Вятка», выразившиеся в распространении спорной рекламы, не соответствуют требованиям части 10.1 статьи 5, части 7 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Ответственность за нарушение требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель (лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств).

Согласно ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение части 7 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» несет как рекламодатель (изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо), так и рекламодатель.

Рекламодателем спорной информации следующего содержания: «Жилой комплекс <...> в блоке региональной рекламы эфире телеканала «Россия-24» является ГТРК «Вятка», что подтверждается следующими документами.

В соответствии с Договором № 01-23/176 от 28.12.2015г. (срок действия по 31.12.2016г.) на информационное и/или рекламное обслуживание, техническими заданиями медиа -планами <...>. «Заказчиком» выступает ООО «Позитив», а «Исполнителем» – Федеральное государственное унитарное предприятие «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» в лице филиала Федерального государственного унитарного предприятия «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» «Государственная телевизионная и радиовещательная компания «Вятка».

Рекламодателем спорной информации следующего содержания: «Деловой журнал <...>», в блоке региональной рекламы эфире телеканала «Россия-24» является ГТРК «Вятка», что подтверждается следующими документами.

В соответствии с договором <...> на информационное и/или рекламное обслуживание, техническим заданием от 17.04.2016г., от 16.09.2016г., «Заказчиком» выступает Вятская торгово-промышленная палата, а «Исполнителем» – Федеральное государственное унитарное предприятие «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» в лице филиала Федерального государственного унитарного предприятия «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» «Государственная телевизионная и радиовещательная компания «Вятка».

Российский Информационный Канал «Россия-24» (Россия -24) выдано свидетельство о регистрации средства массовой информации <...>, специализация информационная, аналитическая, общественно-политическая, социально-экономическая, реклама в соответствии с законодательством Российской Федерации о рекламе.

Федеральному государственному унитарному предприятию «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» выдана лицензия на осуществление телевизионного вещания серия <...> в соответствии с приложением № 2/3 к лицензии в территорию вещания средства массовой информации «Россия -24» включена, в том числе Кировская область.

Федеральное государственное унитарное предприятие «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» в лице филиала Федерального государственного унитарного предприятия «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» «Государственная телевизионная и радиовещательная компания «Вятка» осуществило действия по размещению материалов в региональном эфире электронного средства массовой информации – телеканала «Россия-24».

Исследовав материалы дела, комиссия Кировского УФАС России приходит к выводу, что рекламодателем спорной рекламы, исходя из понятия, установленного статьей 3 Федерального закона «О рекламе», является Федеральное государственное унитарное предприятие «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» в лице филиала Федерального государственного унитарного предприятия «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» «Государственная телевизионная и радиовещательная компания «Вятка», которое несет ответственность за нарушение требований части 10.1 статьи 5, части 7 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

Из анализа имеющихся в деле документов следует, что нарушение рекламного законодательства произошло по вине ГТРК «Вятка».

Учитывая тот факт, что на момент принятия решения спорная реклама не размещается, Комиссия решила предписание об устранении нарушения рекламного законодательства не выдавать.

На основании [пункта 2 части 1 статьи 33](#), [частей 1, 2 статьи 36](#) Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с [пунктом 33](#) Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, материалы дела в отношении <...> индивидуального предпринимателя <...> и ООО <...> выделить в

отдельное производство в целях полного, всестороннего и объективного их рассмотрения.

На основании ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Руководствуясь ст. 3, ч. 10.1 ст. 5, ч. 7 ст. 28, ст. 33, ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

Р Е Ш И Л А:

1. Признать рекламную информацию, размещенную в блоке региональной рекламы в эфире телеканала «Россия-24», следующего содержания: «*Деловой журнал <... >ненадлежащей*, так как она противоречит части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

2. Признать рекламную информацию, размещенную в блоке региональной рекламы в эфире телеканала «Россия-24», следующего содержания: «*Жилой комплекс <... >ненадлежащей*, так как она противоречит части 7 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

3. Предписание Федеральному государственному унитарному предприятию «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» в лице филиала Федерального государственного унитарного предприятия «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» «Государственная телевизионная и радиовещательная компания «Вятка» об устранении нарушения части 10.1 статьи 5, части 7 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» не выдавать.

4. Передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административном правонарушении в отношении юридического лица и должностного лица Федерального государственного унитарного предприятия «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» в лице филиала Федерального государственного унитарного предприятия «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» «Государственная телевизионная и радиовещательная компания «Вятка».

5. На основании [пункта 2 части 1 статьи 33](#), [частей 1, 2 статьи 36](#) Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с [пунктом 33](#) Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, материалы дела в отношении <...> индивидуального предпринимателя <...> индивидуального

предпринимателя <...>и ООО «<...>выделить в отдельное производство в целях полного, всестороннего и объективного их рассмотрения.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.