

9 июля 2013 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:**

заместитель руководителя Приморского УФАС России;

**члены Комиссии:**

– начальник отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции;

- специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

рассмотрев 9 июля 2013 года дело № 25/07-2013, возбужденное по признакам нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе») при распространении в журнале «ТЕЛЕ Неделя для всей семьи» Владивосток в выпуске № 22 за 3-9 июня 2013 рекламы сигарет,

в присутствии представителя лица, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - ООО «ТЕЛЕНЕДЕЛЯ ВЛАДИВОСТОК»

**УСТАНОВИЛА:**

В ходе мониторинга рекламы, в печатных СМИ, распространяемых в Приморском крае, специалистами отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Приморского УФАС России установлено, что в журнале «ТЕЛЕ Неделя для всей семьи» Владивосток в выпуске № 22 за 3-9 июня 2013 на странице 69 размещена реклама сигарет марки «BOND» и следующим текстом: «Все складывается! Современные, компактные, стильные. Курение убивает.». Данная реклама сопровождалась изображением упаковки сигарет с фирменным логотипом.

В соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 23 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»), реклама табака, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок и других подобных товаров, не должна размещаться в предназначенных для несовершеннолетних печатных изданиях, аудио- и видеопродукции.

Согласно выходным данным, вышеуказанное периодическое печатное издание предназначено для лиц старше 12 лет.

На основании части 1 статьи 54 Семейного кодекса РФ № 223-ФЗ от

29 декабря 1995 года, части 1 статьи 21 Гражданского кодекса РФ № 51-ФЗ от 30 ноября 1994 года, статьи 1 Федерального закона «Об основных гарантиях прав ребёнка» № 124-ФЗ от 24 июля 1998 года, «ребенок — лицо до достижения им возраста 18 лет (совершеннолетия)». Таким образом, юридически в России человек остается несовершеннолетним до 18 лет.

Таким образом, вышеуказанная реклама распространяется с признаками нарушения пунктом 2 части 2 статьи 23 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований пункта 2 части 2 статьи 23 Федеральный закон «О рекламе» несет рекламодатель, в рассматриваемом случае - ООО «ТЕЛЕНЕДЕЛЯ ВЛАДИВОСТОК», издатель журнала «ТЕЛЕ Неделя для всей семьи» Владивосток.

Определением Приморского УФАС России от 11.06.2013 в отношении ООО «ТЕЛЕНЕДЕЛЯ ВЛАДИВОСТОК», как рекламодателя указанной выше рекламы, было возбуждено дело № 25/07-2013 по признакам нарушения 2 части 2 статьи 23 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 4 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Из письменного пояснения поступившего 24.06.2013 от ООО «ТЕЛЕНЕДЕЛЯ ВЛАДИВОСТОК» следует, что согласно статье 2 Федерального закона от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» под информационной продукцией для детей понимается информационная продукция, соответствующая по тематике, содержанию и художественному оформлению физическому, психическому, духовному и нравственному развитию детей.

Тематика средства массовой информации указывается в свидетельстве о регистрации средства массовой информации.

Согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ 25-00304 от 04.05.2012 примерная тематика и (или) специализация журнала «ТЕЛЕ Неделя для всей семьи» Владивосток определена как телегид (реклама не более 40 %).

Таким образом, по мнению ООО «ТЕЛЕНЕДЕЛЯ ВЛАДИВОСТОК» журнал «ТЕЛЕ Неделя для всей семьи» Владивосток не является изданием, предназначенным для несовершеннолетних. Размещение в выходных данных журнала пометки «...для лиц старше 12 лет» не изменяет, установленной уполномоченным органом при регистрации средства массовой информации, тематики издания.

09.07.2013г. в ходе рассмотрения дела № 25/07-2013, представитель ООО «ТЕЛЕНЕДЕЛЯ ВЛАДИВОСТОК» сообщила, что Общество вину в нарушении требования пунктом 2 части 2 статьи 23 Федерального закона «О рекламе» не признает.

Исследовав материалы дел, и выслушав объяснения представителя ООО «ТЕЛЕНЕДЕЛЯ ВЛАДИВОСТОК», Комиссия отмечает следующее и считает доводы Общества несостоятельными по следующим основаниям.

К основным направлениям государственного контроля в сфере производства, размещения и распространения рекламы относятся предотвращение и пресечение ненадлежащей рекламы, способной ввести потребителей рекламы в заблуждение или нанести вред здоровью граждан.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона «О рекламе», 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» объект рекламирования – это товар, средство индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности, либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Рассматриваемая информация является рекламой, поскольку содержит все квалифицирующие признаки рекламы.

Таким образом, под действия закона о рекламе, подпадают все СМИ (радио, телевидение, журналы, газеты).

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.

В соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 23 Федерального закона «О рекламе», реклама табака, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок и других подобных товаров, не должна размещаться в предназначенных для несовершеннолетних печатных изданиях, аудио- и видеопродукции.

К печатным изданиям относятся периодические и непериодические печатные издания. Аудитория и назначение периодического печатного издания может быть установлена по свидетельству о регистрации периодического печатного издания в качестве средства массовой информации. В свидетельстве указывается специализация и тематическая направленность периодического печатного издания. Определение специализации, примерной тематики и аудитории непериодического печатного издания, аудио- и видеопродукции, в частности предназначения для несовершеннолетних может быть проведено по выходным

сведениям такой продукции (издания) или путем проведения специальных экспертиз.

Редакция журнала «ТЕЛЕ Неделя для всей семьи» Владивосток, указывая в выходных данных периодического печатного издания знак информационной продукции «предназначено для лиц старше 12 лет», позиционирует его как печатное издание, предназначенное для несовершеннолетних.

В соответствии с подпунктом 2 части 2 статьи 5 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» к информации, запрещенной для распространения среди детей, относится информация, способная вызвать у детей желание употребить наркотические средства, психотропные и (или) одурманивающие вещества, табачные изделия, алкогольную и спиртосодержащую продукцию, пиво и напитки, изготавливаемые на его основе, принять участие в азартных играх, заниматься проституцией, бродяжничеством или попрошайничеством.

Согласно подпункту 5 части 1 статьи 12 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» обозначение категории информационной продукции знаком информационной продукции и (или) текстовым предупреждением об ограничении распространения информационной продукции среди детей осуществляется с соблюдением требований настоящего Федерального закона ее производителем и (или) распространителем применительно к категории информационной продукции, запрещенной для детей, - в виде цифры «18» и знака «плюс» и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания «запрещено для детей».

В силу статьи 16 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» информационная продукция, запрещенная для детей, в виде печатной продукции допускается к распространению в местах, доступных для детей, только в запечатанных упаковках.

В соответствии со статьей 14 Федерального закона от 24 июля 1998 года N 124-ФЗ «Об основных гарантиях прав ребенка в РФ» предусмотрено право на защиту ребенка от информации, наносящей вред его здоровью, нравственному и духовному развитию, в том числе от рекламы табачных изделий.

Комиссия отмечает, что в соответствии со [статьей 14](#) Федерального закона «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» от 24.07.1998 № 124-ФЗ органы государственной власти Российской Федерации обязаны принимать меры по защите ребенка от информации, наносящей вред его здоровью, нравственному и духовному развитию. Комиссия считает, что в рассматриваемом случае в качестве указанной меры следует признать факт возбуждения и рассмотрения Приморским УФАС России настоящего дела в отношении ООО «ТЕЛЕНЕДЕЛЯ ВЛАДИВОСТОК» издателя журнала «ТЕЛЕ Неделя для всей семьи» Владивосток.

Вместе с тем, на основании Федерального закона «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» от 23 февраля 2013 года № 15-ФЗ антимонопольный орган принимает меры о формировании у детей отрицательного отношения к потреблению табака, а также

о недопустимости их вовлечения в процесс потребления табака, пресекая распространения аналогичной спорной рекламы.

Комиссией Приморского УФАС России установлено, что данная реклама направлена на привлечения внимания к табачной продукции, и следовательно должна соответствовать требованиям, предъявляемым к рекламе таких товаров.

Учитывая, что спорная вышеуказанная реклама распространялась в журнале «ТЕЛЕ Неделя для всей семьи» Владивосток то она привлекала внимание неопределенного круга лиц, в том числе и несовершеннолетнего возраста.

Кроме того, нормами Федерального закона от 22.12.2008 г. № 268-ФЗ «Технический регламент на табачную продукцию» предусматривает запрет на указание личного успеха либо способствует улучшению физического или эмоционального состояния при рекламировании табака, табачных изделий.

В рекламном тексте имеется выражение «Все складывается!...» и сопровождается образом улыбающихся людей, что может быть воспринято как призыв к потреблению данного рекламируемого товара который может поспособствовать, какому либо достижению или личному успеху.

На основании лексического значения слова «эмоции», приведенного в Большом толковом словаре русского языка, к признакам улучшения эмоционального состояния могут быть отнесены фрагменты текста и элементы изображения, которые свидетельствуют о субъективных реакция человека на воздействие внешних раздражителей, проявляющиеся в виде радости и удовольствия.

Кроме того, есть комплекс норм, направленных на защиту физического и психического здоровья несовершеннолетних и их нормальное развитие.

Особой правовой защитой при производстве, размещении и распространении рекламы пользуются несовершеннолетние.

Конституция Российской Федерацией (часть 1 статьи 38) гарантирует государственную защиту.

Конвенция о правах ребенка, ратифицированная Российской Федерацией, устанавливает, что ребенок ввиду его физической и умственной незрелости нуждается в специальной охране и заботе, включая надлежащую правовую защиту как до, так и после рождения.

На основании чего, рассматриваемая реклама может нанести вред для их психологического здоровья.

Некоторые рубрики журнала, содержат заметки и статьи на школьную, подростковую тематику, используемый в издании подростково-молодежный сленг, форма обращения редакции, ведущих рубрик и авторов текстов к читательской аудитории, характерная для общения с тинэйджерами, и т.п.

В связи с чем, при рекламировании подобной спорной вышеуказанной продукции в таком журнале как «ТЕЛЕ Неделя для всей семьи» Владивосток может сформировать у несовершеннолетних негативные или искаженные представления о нормах и правилах поведения в обществе и семье, о системе морально-

этических ценностей у несовершеннолетних той возрастной группы, для которой этот товар не предназначен.

Вышеуказанные требования нормативных законодательств направлены на защиту несовершеннолетних от негативного воздействия, которое может оказать реклама на их психическое здоровье и эмоциональное состояние. Указанные группы норм регламентируют содержание и форму представления как рекламы товаров, предназначенных для несовершеннолетних, так и рекламы, им не адресованной.

Рассмотрев имеющиеся материалы дела, выслушав пояснения лица, участвующего в заседании, Комиссия пришла к заключению, что рассматриваемая реклама табачной продукции распространяемая в журнале «ТЕЛЕ Неделя для всей семьи» Владивосток в выпуске № 22 за 3-9 июня 2013 на странице 69 размещена реклама сигарет марки «BOND» и следующим текстом: «Все складывается! Современные, компактные, стильные. Курение убивает.», размещена с нарушением пунктом 2 части 2 статьи 23 Федерального закона «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, размещавшуюся в выпуске журнала «ТЕЛЕ Неделя» № 22 за 3-9 июня 2013г. на странице 69 сигарет марки «BOND» и следующим текстом: «Все складывается! Современные, компактные, стильные. Курение убивает», поскольку она была размещена с нарушением требований пунктом 2 части 2 статьи 23 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ООО «ТЕЛЕНЕДЕЛЯ ВЛАДИВОСТОК» предписание о прекращении нарушения требований пунктом 2 части 2 статьи 23 Федерального закона «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.

Решение изготовлено в полном объеме 10 июля 2013 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального Кодекса Российской Федерации.