

Тула

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тульской области по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе в составе: < --- >, рассмотрев дело № 02-03/2-2015 по признакам нарушения ООО «Тульский диапазон» статьи 16 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе»

в присутствии генерального директора ООО «Тульский диапазон» < --- > (паспорт РФ, выписка из решения № 1 учредителя ООО «Тульский диапазон» от 27.02.2015г.), представителя ООО «Тульский диапазон» < --- > по доверенности б/н от 25.07.2015г., представители Управления Федеральной службы безопасности по Тульской области, индивидуального предпринимателя Сугаровой И.В. на рассмотрение дела не явились, уведомлены надлежащим образом,

**УСТАНОВИЛА:**

Согласно статье 16 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-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.

В нарушение указанной нормы закона, в газете «Тульский диапазон» (не являющийся специализированным изданием) № 5 (284) 13-20 мая 2015г. на странице 8 размещалась, адресованная неопределенному кругу лиц, направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке, являющаяся в силу статьи 3 Федерального Закона «О рекламе» рекламой – реклама гастролирующего цирка «Максимус», в которой отсутствовала, установленная статьей 16 Федерального закона «О рекламе» информация - пометка «реклама» или «на правах рекламы».

Согласно части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований статьи 16 настоящего закона несет рекламораспространитель, в данном случае, ООО «Тульский диапазон».

На рассмотрении настоящего дела генеральный директор ООО «Тульский диапазон» и представитель Общества возражали в возбуждении данного дела, поясняя, что информация, размещенная в газете о предстоящих гастролях цирка «Максимус» рекламой не является, поскольку распространение ее (информации) осуществлялось на безвозмездной основе, в соответствии с соглашением о

социальном партнерстве, заключенным ООО «Тулский диапазон» с индивидуальным предпринимателем Сугаровой И.В.

Комиссия Управления указным довод Общества (его представителей) не принимает, в виду следующего:

Статьей 3 Федерального закона «О рекламе» определены понятия, используемые в законе:

- 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, формированием или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке;
- объект рекламирования – товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари) на привлечение к которым направлена реклама;
- товар – продукт деятельности (в том числе услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Соглашением о социальном партнерстве, заключенным между ООО «Тулский диапазон» и индивидуальным предпринимателем Сугаровой И.В. от 19.04.2015г., установлено (пункт 1), что оно направлено на успешное продвижение программ цирка «Максимус», как учреждения культуры на российском и международном информационном поле.

Цирк «Максимус» для обеспечения возможности вести благотворительную деятельность должен быть обеспечен благоприятным информационным полем, каковым является в рамках данного соглашения печатная площадь газеты «Тулский диапазон» (пункт 2 Соглашения).

Пунктом 3 Соглашения определена форма социального партнерства хозяйствующих субъектов, а именно: газета «Тулский диапазон» (ООО «Тулский диапазон») предоставляет информационное поле – на странице 8 газеты, во время демонстрации программы цирка «Максимус» в Тульском регионе размещает полностью, заполняя всю печатную площадь страницы, только информационными материалами, предоставленными цирком «Максимус», а цирк «Максимус» (индивидуальный предприниматель Сугарова И.В.), в свою очередь, предоставляет 20 (двадцать) пригласительных билетов на посещение, на безвозмездной основе, представлений цирка.

Исходя из анализа Соглашения о социальном партнерстве, Комиссия приходит к выводу, что информация, распространяемая индивидуальным предпринимателем Сугаровой И.В. о предстоящих гастролях цирка «Максимус» в газете «Тулский диапазон», является рекламой.

Кроме того, газета «Тулский диапазон» зарегистрирована в качестве печатного СМИ, с тематикой – информационно-аналитическая и специализацией – реклама не более 40% (свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ 71-00123 от 22.12.2009г.), соответственно на нее распространяются

требования Федерального закона «О рекламе», в частности, положения статьи 16 Закона.

На рассмотрении рекламного дела представители Общества подтвердили, что размещение ненадлежащей рекламы носило однократный характер.

Учитывая, что вышеуказанная реклама индивидуального предпринимателя Сугаровой Н.И. в газете «Тульский диапазон» больше не размещается, Комиссия считает нецелесообразным выдачу предписания.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу индивидуального предпринимателя Сугаровой Н.И., размещенную в журнале «Тульский диапазон» (№ 5 (284) 13-20 мая 2015г., стр. 8, учредитель и издатель ООО «Тульский диапазон») поскольку в ней нарушены требования статьи 16 Федерального закона «О рекламе».
2. Предписание ООО «Тульский диапазон» не выдавать в связи с прекращением нарушения в добровольном порядке до принятия Комиссией решения по существу.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тульского УФАС России для рассмотрения вопроса о привлечении должностного лица ООО «Тульский диапазон» к административной ответственности по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

**Решение изготовлено в полном объеме "12" октября 2015г.**

**Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном [статьей 198](#) Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.**