

## Заказное с уведомлением о вручении

Руководителю  
Открытого акционерного общества  
«Информационно-рекламный комплекс  
«Принт-ТВ»  
303850, Орловская область,  
г. Ливны, ул. Дружбы народов, 149

e-mail: [print@livny-tv.ru](mailto:print@livny-tv.ru)

### РЕШЕНИЕ

по делу № 088-15/04 РЗ

Резолютивная часть решения оглашена 17 марта 2015г.

Решение в полном объеме изготовлено 27 марта 2015г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Орловской области (далее- Орловское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии – Кирьянов А.Н., заместитель руководителя управления;

Члены Комиссии – Губчевская М.В., ведущий специалист – эксперт;

-Гришунова Е.Н., главный государственный инспектор

рассмотрев дело №088-15/04 РЗ, возбужденное в отношении Открытого акционерного общества «Информационно-рекламный комплекс «Принт-ТВ» (303850, Орловская область, г. Ливны, ул. Дружбы народов, 149; ОГРН 1025700516357, ИНН 5702005055) (далее – ОАО ИРК «Принт-ТВ», Общество)ИП ... (...) по признакам нарушения части 10.1 статьи 5 Федерального Закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»),

в присутствии:

- доверенного представителя ОАО ИРК «Принт-ТВ» <...> (Доверенность б\н от 10 марта 2015г.),

### **УСТАНОВИЛА:**

Управлением, в рамках проводимой плановой проверки по соблюдению требований Закона «О рекламе» ОАО ИРК «Принт-ТВ» (303850, Орловская область, г. Ливны, ул. Дружбы народов, 149; ОГРН 1025700516357, ИНН 5702005055) было установлено следующее:

- Видеоролик рекламы с наименованием «Цирк золотая арена», распространявшийся в октябре 2014 года на телеканале «Над Сосной»/ ТНТ в г.Ливны Орловской области, имел следующее голосовое озвучание:

*«Только 3 дня: 24, 25 и 26 октября в городском парке цирк –шапито «Золотая арена». Гималайские медведи, обезьяны, бобтейлы и многое другое».*

Видеоряд:

*На экране менялись кадры с различными элементами циркового представления, и имела следующая надпись: «Только три дня! 24, 25, 26 октября. В городском парке!»*

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона "О рекламе" **рекламой** является 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 о предстоящем зрелищном мероприятии – выступлении 4, 25 и 26 октября 2014 года в городском парке г.Ливны артистов цирка –шапито «Золотая арена», распространялась в виде рекламного видеоролика в октябре 2014 года на телеканале «Над Сосной»/ ТНТ в г.Ливны Орловской области.

Данная информация распространялась для круга лиц, который заранее не был определен в качестве конкретной стороны. Из указанной информации следовало, что информация была представлена всем потребителям, а не конкретно определившемуся лицу.

Согласно пункту 2 приведенной статьи **объект рекламирования** - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, 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.

Данная информация обращала внимание и поддерживала интерес потребителей к зрелищному мероприятию – выступлению 4, 25 и 26 октября 2014 года в городском парке г.Ливны артистов цирка –шапито «Золотая арена».

Таким образом, указанная информация, **являлась рекламой**, имевшей целью привлечение внимания неопределенного круга лиц к объекту рекламирования- зрелищному мероприятию – выступлению артистов цирка –шапито «Золотая арена» в г.Ливны (далее-реклама «Золотая арена»).

Согласно статьи 2 Федерального закона от 29.12.2010г. N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию"

**информационная продукция** - 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, посредством информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети "Интернет", и сетей подвижной радиотелефонной связи;

**- зрелищное мероприятие** - демонстрация информационной продукции в месте, доступном для детей, и в месте, где присутствует значительное число лиц, не принадлежащих к обычному кругу семьи, в том числе посредством проведения театрально-зрелищных, культурно-просветительных и зрелищно-развлекательных мероприятий.

**В** соответствии с частью 3 статьи 6 Федерального закона от 29.12.2010 N 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», **классификация информационной продукции** осуществляется в соответствии с

требованиями настоящего Федерального закона по следующим категориям информационной продукции:

- 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+).

Сведения, полученные в результате классификации информационной продукции, указываются ее производителем или распространителем в сопроводительных документах на информационную продукцию и являются основанием для размещения на ней знака информационной продукции и для ее оборота на территории Российской Федерации (часть 6 статьи 6 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»

**В соответствии с частью 10.1 статьи 5 Закона «О рекламе»**, не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», без указания категории данной информационной продукции.

**Реклама информационной продукции – зрелищного мероприятия (выступлений цирка-шапито «Золотая арена» в городе Ливны 24, 25 и 26 октября 2014 года) привлекала внимание потребителей рекламы к указанным мероприятиям.**

**Вместе с тем, указанная реклама распространялась без указания категории данной информационной продукции.**

**Рекламораспространитель –** ОАО ИРК «Принт-ТВ»

В соответствии со статьей 38 Закона «О рекламе»:

- ответственность за нарушение части 10.1 статьи 5 Закона «О рекламе» несет **реklamораспространитель.**

04.03.2015 года Управлением в отношении ОАО ИРК «Принт-ТВ» по признакам нарушения части 10.1 статьи 5 Закона «О рекламе» было возбуждено дело №088-15/04РЗ по факту распространения рекламы информационной продукции - зрелищного мероприятия (выступлений цирка-шапито «Золотая арена» в городе Ливны 24, 25 и 26 октября 2014 года) без указания категории данной информационной продукции.

Рассмотрение дела №088-15/04РЗ по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе было назначено на 17.03.2015г.

Определением о возбуждении дела №088-15/04 РЗ (исх.№803/04 от 04.03.2015г.) у ОАО ИРК «Принт-ТВ» были запрошены необходимые для рассмотрения дела документы и сведения.

12.03.2015г. в адрес Управления поступили запрашиваемые документы и сведения от ОАО ИРК «Принт-ТВ» (вх.№1554 от 12.03.2015г.), а также письменные пояснения (возражения) по делу.

В своих возражениях ОАО ИРК «Принт-ТВ» указало, что не является рекламопроизводителем ролика «Золотая арена», который был представлен в готовом виде менеджеру по рекламе ОАО ИРК «Принт-ТВ» администратором цирка «Золотая арена» без указания категории информационной продукции.

Кроме того, по мнению ОАО ИРК «Принт-ТВ» указанный видеоролик «Золотая арена» является не рекламным роликом, а анонсом, так как несет в себе информацию о планируемом зрелищном мероприятии, дате, месте его проведения и относится к справочно-информационным материалам, следовательно, требования Закона «О рекламе» на него не распространяются, так как информация, содержащаяся в видеоролике «Золотая арена» не содержит информации, подлежащей обязательной возрастной классификации, определенной ФЗ «О рекламе» и ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

17.03.2015 г. для участия в рассмотрении дела № 088-15/04 РЗ прибыл доверенный представитель ОАО ИРК «Принт-ТВ» <...> (доверенность б/н о 10 марта 2015г.).

В ходе заседания Комиссии доверенный представитель ОАО ИРК «Принт-ТВ» подтвердила позицию Общества, представленную в адрес Управления ранее в виде письменных пояснений, а именно: информация «Золотая арена» не является рекламой, а представляет собой анонс зрелищного мероприятия, следовательно, на нее не распространяются требования ФЗ «О рекламе» и ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

Комиссия, рассмотрев документы, имеющиеся в материалах дела №088-15/04 РЗ, заслушав пояснения лица, участвующего в деле, пришла к следующим выводам:

1. По мнению ОАО ИРК «Принт-ТВ» информация «Золотая арена» не является рекламой, а является анонсом.

Согласно Толковому словарю иноязычных слов (2011г.) – **анонс- предварительное объявление (о спектакле, фильме, концерте и т. п.)** Может быть в виде афиши, статьи в СМИ или объявления по телевидению или радио. Одновременно с объявлением о предстоящем событии в анонсе обычно упоминаются основные сведения о событии (аннотация к фильму, программа концерта).

Согласно официальной позиции ФАС России, информация (**анонс**) о телепередаче, в том числе, спектакле, фильме, концерте и т.д., **показ которой будет осуществляться по другому телеканалу**, должна расцениваться как реклама, порядок размещения которой должен соответствовать требованиям Закона «О рекламе».

В соответствии с частью 1 статьи 3 Закона «О рекламе» **реклама** - это 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 о предстоящем зрелищном мероприятии – выступлении 4, 25 и 26 октября 2014 года в городском парке г.Ливны артистов цирка –шапито «Золотая арена», распространялась в виде рекламного видеоролика в октябре 2014 года на телеканале «Над Сосной»/ ТНТ в г.Ливны Орловской области **в блоке «реклама»**.

Данная информация распространялась для круга лиц, который заранее не был определен в качестве конкретной стороны. Из указанной информации следовало, что информация была представлена всем потребителям, а не конкретно определившемуся лицу.

Согласно пункту 2 приведенной статьи **объект рекламирования** - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, 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.

Данная информация **обращала внимание и поддерживала интерес потребителей к зрелищному мероприятию – выступлению 4, 25 и 26 октября 2014 года в городском парке г.Ливны артистов цирка –шапито «Золотая арена»**.

Таким образом, указанная информация, **являлась рекламой**, имевшей целью привлечение внимания неопределенного круга лиц к объекту рекламирования- зрелищному мероприятию – выступлению артистов цирка –шапито «Золотая арена» в г.Ливны.

Более того, согласно имеющегося в материалах дела приходного кассового ордера от 08.10.14г. ОАО ИРК «Принт-ТВ» было получено от <...> восемь тысяч триста рублей 00 копеек **за рекламу на ТВ** (объявление цирк «Золотая арена»).

2. Согласно статьи 2 Федерального закона от 29.12.2010г. N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию"

**информационная продукция** - 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, посредством информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети "Интернет", и сетей подвижной радиотелефонной связи;

**- зрелищное мероприятие** - демонстрация информационной продукции в месте, доступном для детей, и в месте, где присутствует значительное число лиц, не принадлежащих к обычному кругу семьи, в том числе посредством проведения театрально-зрелищных, культурно-просветительных и зрелищно-развлекательных мероприятий.

В соответствии с частью 3 статьи 6 Федерального закона от 29.12.2010 N 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»,

**классификация информационной продукции** осуществляется в соответствии с требованиями настоящего Федерального закона по следующим категориям информационной продукции:

- 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+).

Сведения, полученные в результате классификации информационной продукции, указываются ее производителем или распространителем в сопроводительных документах на информационную продукцию и являются основанием для размещения на ней знака информационной продукции и для ее оборота на территории Российской Федерации (часть 6 статьи 6 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»)

**В соответствии с частью 10.1 статьи 5 Закона «О рекламе», не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», без указания категории данной информационной продукции.**

**Реклама информационной продукции – зрелищного мероприятия (выступлений цирка-шапито «Золотая арена» в городе Ливны 24, 25 и 26 октября 2014 года) привлекала внимание потребителей рекламы к указанным мероприятиям.**

**Вместе с тем, указанная реклама распространялась без указания категории данной информационной продукции.**

3. Статьей 3 Закона «О рекламе» приведены следующие основные понятия:

- *рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;*
- *рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму;*
- *рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств;*

В ходе рассмотрения дела установлено, что рекламораспространителем указанной рекламы является ОАО ИРК «Принт-ТВ».

4. В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона «О рекламе» *ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.*

**Реклама информационной продукции - зрелищного мероприятия (выступлений цирка-шапито «Золотая арена» в городе Ливны 24, 25 и 26 октября 2014 года) распространялась без указания категории данной информационной продукции.**

Указанная реклама противоречила требованиям части 10.1 статьи 5 Закона «О рекламе», то есть **являлась ненадлежащей.**

5. В соответствии со статьей 38 Закона «О рекламе» за нарушение части 10.1. статьи Закона «О рекламе» несет ответственность **рекламораспространитель.**

6. Таким образом, ОАО ИРК «Принт-ТВ», как рекламораспространитель, несет ответственность за нарушение части 10.1 статьи 5 Закона «О рекламе».

7. В ходе заседания Комиссии доверенный представитель ОАО ИРК «Принт-ТВ» не представил доказательств того, что в настоящее время реклама информационной продукции распространяется Обществом в соответствии с требованиями действующего законодательства о рекламе.

8. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе (ненадлежащая реклама) установлена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об



административных правонарушениях.

Руководствуясь пунктом 2 части 1, пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 2 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, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17 августа 2006 г. № 508 Комиссия,

### РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу информационной продукции -зрелищного мероприятия (выступлений цирка-шапито «Золотая арена» в городе Ливны 24, 25 и 26 октября 2014 года), **распространяемую ОАО ИРК «Принт-ТВ»**, поскольку в ней нарушены требования части 10.1 статьи 5 Закона «О рекламе».
2. Выдать **ОАО ИРК «Принт-ТВ»** предписание о недопущении нарушения части 10.1. статьи 5 Закона « О рекламе».
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Орловского УФАС России для возбуждения дел об административных правонарушениях, предусмотренных частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении **ОАО ИРК «Принт-ТВ»**.

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

Председатель Комиссии

А.Н.Кириянов

Члены Комиссии

М.В. Губчевская

Е.Н.Гришунова