

ОПРЕДЕЛЕНИЕ
о прекращении производства по делу №Р-172-10
09.11.2010г. г. Уфа, ул.Пушкина, д.95

Комиссия Башкортостанского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации «О рекламе» в составе <...>, <...>, <...>, <...> рассмотрев, дело №Р-172-10 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по обращению <...> (вх. № 9061 от 04.10.2010г.), а именно социальную рекламу, размещенную на стр. 3-4 "На защите детства", рекламу на стр.4 " Урал-ЛОТО Джек-Пот более 7 500 000 рублей! ...Тираж №49 от 29.08.2010г." в газете "Октябрьский нефтяник" № 213 (10697) от 1 сентября 2010 года, рекламодатель ГПП РБ Редакция газеты "Октябрьский нефтяник",

УСТАНОВИЛА:

Социальная реклама, размещенная на стр. 3-4 "На защите детства", реклама на стр.4 " Урал-ЛОТО Джек-Пот более 7 500 000 рублей! ...Тираж №49 от 29.08.2010г." в газете "Октябрьский нефтяник" № 213 (10697) от 1 сентября 2010 года, рекламодателем которой является ГПП РБ "Редакция газеты "Октябрьский нефтяник", имеет признаки нарушения ст.16 Федерального закона "О рекламе", в части того, что:

- размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой "реклама" или пометкой "на правах рекламы".

В вышеуказанном рекламном материале, размещенном в вышеуказанной газете, рекламодателем которого является ГПП РБ "Редакция газеты "Октябрьский нефтяник", пометки "реклама" и "на правах рекламы" отсутствуют.

В соответствии со статьей 38 Федерального закона "О рекламе", ответственность за нарушение требований, установленных статьей 16 указанного закона несет рекламодатель.

08.11.2010г. в управление поступили объяснения ГПП РБ Редакция газеты "Октябрьский нефтяник" (вх. №10380 от 08.11.2010г.) о том, что текст "На защите детства" подготовлен штатными сотрудниками редакции и размещен в газете "Октябрьский нефтяник" бесплатно. Текст ни с кем не согласовывался, договор на его подготовку и распространение не заключался. Данный текст в виде бумажного документа не существует (в связи с использованием редакцией технологий цифровой верстки). В связи с этим, документов, относящихся к данной публикации не имеется. По ст.16 ФЗ "О рекламе", реклама в печатных СМИ должна сопровождаться пометкой "реклама". Из данного положения Закона не следует, что реклама в печатных СМИ должна предваряться пометкой "реклама". Следовательно, размещение пометки "реклама" в окончании текста рекламы в печатном СМИ является буквальным соблюдением ст.16 ФЗ "О рекламе". В тексте "На защите детства" таковая пометка установлена в окончании текста. Текст рекламы "Урал-лото. Джек-пот более 7500000 рублей!" получен ГПП РБ Редакцией газеты "Октябрьский нефтяник" 29.08.2010г. Копия текста прилагается. Данный текст в связи с несоответствием его законодательству РФ о рекламе был отвергнут редакцией с направлением рекламодателю мотивированного отказа. После этого в адрес редакции поступил измененный текст рекламы. Копия текста прилагается. Данный текст был опубликован без какой-либо правки или внесения в него других изменений. 30.08.2010г. ГПП РБ выставило рекламодателю счет №1267 на оплату данного рекламного текста. Копия счета прилагается. 03.09.2010г. на расчетный счет ГПП РБ поступили денежные средства рекламодателя по оплате распространения рекламы. Копия выписки прилагается. Согласно статье 3 Федерального закона "О рекламе", реклама – это информация, распространенная любым способом в любой форме 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. Из содержания текста "Урал-лото. Джек-пот более 7500000 рублей!..." следует, что в нем сообщается наименование организатора лотереи, размер суперприза, результаты последнего (по хронологии) розыгрыша выигрышей и дата следующего розыгрыша выигрышей. Никаких других сведений в данном тексте не содержится. По п.2 ч.2 ст.2 ФЗ "О рекламе" данный Закон не распространяется на информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом. По ч.5 ст.18 Закона РФ "О лотереях", результаты розыгрыша призового фонда каждого тиража тиражной лотереи должны быть опубликованы в средствах массовой информации. Следовательно, сообщение о результатах розыгрыша не урегулируется законодательством РФ о рекламе. Из п.1 ч.2 ст.20 Закона РФ "О лотереях" следует, что организатор лотереи не вправе скрывать от участников лотереи условия лотереи, в т.ч. размер суперприза и дату розыгрыша выигрышей. Учитывая, что эти обстоятельства непостоянны в период проведения лотереи, доведение их до сведения участников лотереи путем опубликования в СМИ является исполнением требований Закона РФ "О лотереях", не урегулированным законодательством РФ о рекламе. Сведений рекламного характера (направленных на увеличение числа участников лотереи или указывающих на преимущества лотереи "Урал-лото" перед другими аналогичными лотереями, либо о высокой вероятности выигрыша или о большом количестве участников лотереи и т.д.) в данном тексте не содержится. В связи с тем, что данный текст является частью текста "Урал-лото. Джек-пот более 7500000 рублей!", он не является рекламным текстом и не должен сопровождаться пометкой "реклама". Текст "Урал-лото. Джек-пот более 7500000 рублей!" отмечен пометкой "реклама" в сноске, в связи с чем не нарушает законодательство РФ о рекламе. В связи с невозможностью прибыть в г.Уфу на рассмотрение данного дела, прошу рассмотреть дело №Р-172-10 без моего участия. Представлены следующие материалы: рекламный модуль, который был предложен для размещения, электронная переписка – письмо ГПП РБ Редакция газеты "Октябрьский нефтяник" об устранении нарушений, имеющихся в рекламном модуле "Урал-лото" от 30.08.2010г., ответ рекламодателя от 30.08.2010г., рекламный модуль рекламы "Урал-лото" с внесенными изменениями, копия счета 31267 от 30.08.2010г., копия распечатки оплаты рекламодателем ООО АМК "Семь вершин", копия доверенности представителя по доверенности от ГПП РБ редакция газеты "Октябрьский нефтяник" <...> исх. №48 от 27.04.2010г.

Анализ представленной информации и материалов дела №Р-172-10 показал следующее.

1. Согласно статье 3 Федерального закона "О рекламе", реклама – это информация, распространенная любым способом в любой форме 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

Социальная реклама, размещенная на стр. 3-4 "На защите детства" в газете "Октябрьский нефтяник" № 213 (10697) от 1 сентября 2010г., рекламодателем которой является ГПП РБ "Редакция газеты "Октябрьский нефтяник", размещена на двух страницах данного номера газеты (на стр.3 и на стр.4), т.е. это один рекламный информационный материал, который размещен на двух страницах данного печатного издания (т.е. это одна реклама), и этот рекламный материал имеет пометку "Социальная реклама", которая размещена в конце данной статьи "На защите детства" на стр.4 в газете "Октябрьский нефтяник" № 213 (10697) от 1 сентября 2010г. Таким образом, при размещении данной социальной рекламы соблюдены требования статьи 16 Федерального закона "О рекламе".

2. В рекламе на стр.4 " Урал-ЛОТО Джек-Пот более 7 500 000 рублей! ...Тираж №49 от 29.08.2010г." в газете "Октябрьский нефтяник" № 213 (10697) от 1 сентября 2010 года, рекламодателем которой является ГПП РБ "Редакция газеты "Октябрьский нефтяник", присутствует пометка "реклама", размещенная в конце текстовой части данного рекламного модуля.

Текст "Джек-пот более 7500000 рублей!" и информация о Тираже №49 от 29.08.2010г., в рамках этой же рекламы, объединены единой информационной направленностью и выделены единой рамкой "Урал-лото Возможно все!". Выделение информации о тираже №49 от 29.08.2010г. отдельной рамкой, не противоречит ФЗ "О рекламе" №38-ФЗ от 13 марта 2006г. и не требует отдельной пометки, т.к. согласно статье 3 Федерального закона "О рекламе" реклама – это информация, распространенная любым способом в любой форме 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. А в данном случае имеет место единый объект рекламирования, единая информация, отвечающая содержанию рекламы: "Джек-пот более 7500000 рублей!". Таким образом, признаки нарушения статьи 16 ФЗ "О рекламе" в рекламе на стр.4 "Урал-ЛОТО Джек-Пот более 7 500 000 рублей! ...Тираж №49 от 29.08.2010г." в газете "Октябрьский нефтяник" № 213 (10697) от 1 сентября 2010 года, рекламодателем которой является ГУП РБ "Редакция газеты "Октябрьский нефтяник", отсутствуют. В связи с не подтверждением в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе со стороны рекламодателя ГУП РБ Редакция газеты "Октябрьский нефтяник", руководствуясь пунктом 36 "а" Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

ОПРЕДЕЛИЛА:

Производство по делу № Р-172-10 в отношении ГУП РБ Редакция газеты "Октябрьский нефтяник" - ПРЕКРАТИТЬ.