

ООО «Реклама+ТВ»

Управление Федеральной службы
по надзору в сфере связи,
информационных технологий и
массовых коммуникаций по
Дальневосточному федеральному
округу

rsockanc25@rkn.gov.ru

РЕШЕНИЕ

ПО ДЕЛУ № 025/05/5-365/2023

2 мая 2023 года г. Владивосток

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Приморскому краю (далее – Приморское УФАС России) по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: <...> – заместитель руководителя управления - начальник отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

Члены Комиссии: <...> – специалист-эксперт отдела контроля антимонопольного законодательства, <...> - специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции, рассмотрев 02.05.2023 материалы дела № 025/05/5-365/2023, возбужденного по факту распространения информации с признаками нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»)

УСТАНОВИЛА:

30.01.2023 в Приморское УФАС России из Управления Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Дальневосточному федеральному округу (далее – Роскомнадзор), (исх. от 25.01.2023 № 1380-01/25) поступило

информационное письмо с материалом (вх. № 835/23), в котором указано, что в выпусках газеты «Реклама+ТВ» содержатся признаки нарушения требований части 10.1 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Как указано в письме Роскомнадзора, по результатам анализа выпусков газеты «Реклама+ТВ» № 45 (1342) от 09.11.2022, № 47 (1344) от 23.11.2022, № 48 (1345) от 30.11.2022, № 49 (1346) от 07.12.2022, № 50 (1347) от 14.12.2022, № 51 (1348) от 21.12.2022, № 52 (1349) от 28.12.2022 установлено, что в информации под названием «Главная ёлка города» указана непредусмотренная законодательством возрастная категория «3+», «10+».

Также было выявлено, что в выпусках газеты «Реклама+ТВ» усматриваются признаки несоблюдения порядка размещения рекламы об оказании медицинских услуг:

- стоматологическая клиника «Ромашка» в выпусках № 45 (1342) от 09.11.2022, № 47 (1344) от 23.11.2022, № 48 (1345) от 30.11.2022, № 49 (1346) от 07.12.2022, № 50 (1347) от 14.12.2022, № 51 (1348) от 21.12.2022, № 52 (1349) от 28.12.2022.

- центр восточной медицины «Инь-Янь» в выпусках № 47 (1344) от 23.11.2022, № 48 (1345) от 30.11.2022.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» под рекламой понимается 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.

Из пункта 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» следует, что объектом рекламирования является 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.

Согласно пункту 3 статьи 3 ФЗ «О рекламе» товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В соответствии с частью 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе», реклама медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна

сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. В рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства). Требования указанной части не распространяются на рекламу, распространяемую в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях, и на иную рекламу, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники.

Согласно статьи 2 Федерального закона от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (далее – ФЗ № 436) 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.

В соответствии с положением вышеуказанной статьи 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 части 6 статьи 11 ФЗ № 436 указано, что до начала демонстрации посредством зрелищного мероприятия информационной продукции ей присваивается знак информационной продукции. В случае демонстрации нескольких видов информационной продукции для детей разных возрастных категорий указанный знак должен соответствовать информационной продукции для детей старшей возрастной категории. Указанный знак размещается на афишах и иных объявлениях о проведении зрелищного мероприятия, а также на входных билетах, приглашениях и иных документах, предоставляющих право его посещения.

В соответствии с частью 10.1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей

классификации в соответствии с требованиями ФЗ № 436, без указания категории данной информационной продукции.

Однако в нарушение вышеуказанной статьи в выпуске газеты «Реклама+ТВ» № 45 (1342) от 09.11.2022 размещена афиша под названием «Пусть любовь живет» без указания категории данной информационной продукции.

Кроме того, согласно части 3 статьи 6 ФЗ № 436 классификация информационной продукции осуществляется в соответствии с требованиями указанного Федерального закона по следующим категориям информационной продукции:

- 1) информационная продукция для детей, не достигших возраста шести лет;
- 2) информационная продукция для детей, достигших возраста шести лет;
- 3) информационная продукция для детей, достигших возраста двенадцати лет;
- 4) информационная продукция для детей, достигших возраста шестнадцати лет;
- 5) информационная продукция, запрещенная для детей (информационная продукция, содержащая информацию, предусмотренную частью 2 статьи 5 указанного ФЗ № 436.

В соответствии с частью 6 и частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 10.1 статьи 5, частью 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель и рекламодатель и рекламодатель.

Рекламодателем является печатное издание газета «Реклама+ТВ» (выписка СМИ серия ПИ № ТУ 25-00258 от 27.10.2011). Территория распространения – Приморский край. Специализация – рекламно-информационная, объявления физических лиц, реклама более 40%.

Согласно выписки из реестра зарегистрированных средств массовой информации учредителем печатного издания газеты является ООО «Реклама+ТВ».

Определением от 30.03.2023 (исх. № 2035/23) было возбуждено дело № 025/05/5-365/2023 по признакам нарушения требований части 10.1 статьи 5, части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

06.04.2023 в Приморское УФАС России поступили письменные пояснения

от ООО «Реклама+ТВ», из которых следует, что главный редактор не исполнила свои должностные обязанности вследствие чего произошло нарушение, которое было незамедлительно устранено.

02.05.2023 на заседание Комиссии стороны по делу не явились.

Изучив документы, имеющиеся в материалах дела, Комиссия пришла к выводу, что в выпусках газеты «Реклама+ТВ» в информации под названием «Главная ёлка города» указана непредусмотренная законодательством возрастная категория «3+», «10+», «Пусть любовь живет» без указания категории данной информационной продукции и несоблюдение порядка размещения рекламы об оказании медицинских услуг стоматологической клиники «Ромашка», центра восточной медицины «Инь-Янь», что является нарушением требований части 10.1 статьи 5, части 7 статьи 24 «О рекламе».

В связи с тем, что нарушение устранено до принятия Комиссией решения, то необходимость в выдаче предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе отсутствует.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 ФЗ «О рекламе», а также руководствуясь Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу газеты «Реклама+ТВ» ООО «Реклама+ТВ» поскольку в ней нарушены требования части 10.1 статьи 5, части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

2. Не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Приморского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 18.05.2023.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии

2023-3405