Управление Федеральной антимонопольной службы

по республике Коми

РЕШЕНИЕ

27 июня 2013 года

(изготовление решения в полном объеме)

13 июня 2013 года

(оглашение резолютивной части)

№ 03-01/5463

г. Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми по рассмотрению дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия, Коми УФАС России), в составе:

<…>,

рассмотрев материалы дела № Р 37-08/12, возбужденного в отношении общества с ограниченной ответственностью «Производственно – творческое объединение «Третий канал» (далее – ООО «ПТО «Третий канал») и общества с ограниченной ответственностью «Статус» (далее – ООО «Статус») по факту распространения рекламы стимулирующего мероприятия, проводимого в комиссионном магазине детской одежды, транслируемой телеканалом «Телекомпания Третий канал» на ТНТ 04.06.2012 в телепрограмме «Про…», с признаками нарушения требований ст. 9, ч. ч. 1, 3 ст. 14 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в присутствии:

- представителя ООО «ПТО «Третий канал» в лице <...>а, действующего на основании доверенности № 1 от 01.01.2013;

- директора ООО «Премьер СТВ» в лице <...>а, действующего на основании

Приказа № 1 от 18.04.2002;

в отсутствие:

- заявителя, надлежащим образом извещённого о месте и времени рассмотрения настоящего дела, что подтверждается письмом от 11.06.2013 (вх. № 1228-эл. от 13.06.2013), которым он просил рассмотреть дело в его отсутствие;

- ООО «Статус», надлежащим образом извещённого о месте и времени рассмотрения настоящего дела телеграммой от 11.06.2013,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми поступило обращение гражданина от 18.06.2012 (вх. № О-68 от 18.06.2012) о нарушении в сфере рекламы.

Заявитель сообщает, что 04 июня 2012 года в период примерно с 19:30 до 20:00 на телеканале «ТНТ - Сыктывкар» транслировалась реклама акции комиссионного магазина детской одежды, в отсутствие условий акции, организаторе и количестве призов. Указанная реклама выходит под видом программы с названием «Про…». Заявитель указывает, что при распространении указанной рекламы отсутствовало предупреждение о выходе рекламы, а также превышено общее время рекламы, то есть более 9 минут в час, что не соответствует требованиям Закона о рекламе.

По вышеуказанному факту 16.08.2012 возбуждено рекламное дело № Р 37-08/12 по признакам нарушения требования ст. 9, ч. ч. 1, 3 ст. 14 Закона о рекламе в отношении ООО «ПТО «Третий канал».

Определением об отложении рассмотрения дела № Р 37-08/12 от 08.10.2012 в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечено ООО «Статус».

В ходе рассмотрения рекламного дела № Р 37-08/12 представителем ООО «ПТО «Третий канал» <...>ом С.Э. заявлен довод о том, что рассматриваемая телепрограмма «Про…» не является рекламным материалом, а представляет собой телевизионный гид товаров и услуг. При распространении телепрограммы «Про…» ООО «ПТО «Третий канал» руководствовалось п. 9 ч. 2 ст. 2 Закона о рекламе, поскольку рассматриваемая телепрограмма является произведением искусства, в которую органично интегрированы сведения об определённых товарах и услугах.

Комиссия Коми УФАС России, исследовав материалы дела, пришла к нижеследующим выводам.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 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 п. 2 цитируемой статьи объектом рекламирования может выступать 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.

Пункт 3 статьи 3 содержит определение товара, согласно которому товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно п. 9 ч. 2 ст. 2 Закона о рекламе данный закон не распространяется на упоминания о товаре, средствах его индивидуализации, об изготовителе или о продавце товара, которые органично интегрированы в произведения науки, литературы или искусства и сами по себе не являются сведениями рекламного характера.

Согласно письму ФАС России № АК/20129 от 25.05.2011, органично интегрированной в то или иное произведение можно признать информацию о товаре или лице, которая является составной частью общего сюжета произведения (отдельной его части) и выступает в качестве дополнительной характеристики героя или созданной ситуации. При этом такие товар или организация не представлены в виде, когда внимание концентрируется именно на них, на их достоинствах и иных характеристиках, они не подменяют главных персонажей в произведении (отдельной его части), не нарушают сюжета и не могут быть изъяты из него без ущерба для целостного восприятия произведения.

В случае если информация о товаре или лице не воспринимается как составная часть общего сюжета произведения (отдельной его части), выходит за рамки общего содержания теле-, радиопередачи или теле-, радиопрограммы, при этом такие товар или лицо представлены в виде, когда внимание концентрируется именно на них, на их достоинствах и иных характеристиках, то такая информация может признаваться неорганично интегрированной в указанное произведение.

В связи с заявленным доводом ООО «ПТО «Третий канал», Определением № 03-01/9388 от 24.10.2012 рассмотрение дела приостанавливалось в связи с необходимостью получения заключения специалистов ФАС России по рассматриваемым Комиссией обстоятельствам.

ФАС России по результатам рассмотрения информации, размещаемой в телепрограмме «Про…», транслируемой 04.06.2012 телеканалом «Телекомпания Третий канал» в эфире ТНТ, сообщила следующее.

В сюжетах рассматриваемой телепрограммы «Про…» ведущим обозначается какая-либо проблема (забота о здоровье, продажа и покупка детской одежды, изготовление альбомов фотографий), затем предлагается решение данной проблемы с помощью определенной организации. Так в сюжете, посвящённом заботе о здоровье, показана аптека (в том числе наименование учреждения, размещённое над входом), в которой возможно приобрести товары

для здоровья, с указанием номера лицензии аптечного учреждения. Второй сюжет посвящён комиссионному магазину детской одежды и в нём упоминается наименование магазина, также присутствуют кадры, на которых показан данный детский магазин как снаружи, так и внутри. В третьем сюжете об альбомах фотографий присутствует информация о наименовании сайта, посредством которого возможно осуществить заказ таких альбомов.

Кроме того, в каждом сюжете приводятся какие-либо сведения характерные для данного конкретного учреждения (ассортимент товаров, скидки на определённые категории товаров, способ реализации и последующей покупке детской одежды, возможность участия в акции, организуемой комиссионным магазином, сроки изготовления альбома фотографий, информация об изготовлении бесплатно каждого пятого альбома и т.п.).

Учитывая изложенное, по мнению специалистов ФАС России, каждый из представленных сюжетов имеет определённый объект рекламирования и направлен на привлечение внимания к данному объекту и его продвижение на рынке. Следовательно, данные сюжеты телепрограммы «Про…» являются рекламой.

На основании вышеизложенного, телепрограмма «Про…», транслировавшаяся 04.06.2012 телеканалом «Телекомпания Третий канал» в эфире ТНТ, по своему содержанию объединена совокупностью видеосюжетов о различных товарах, их потребительских свойствах, по характеру распространения адресована неопределённому кругу лиц, направлена на привлечение внимания, формирование и поддержание интереса к объектам рекламирования, способствует продвижению их на рынке, то есть обладает всеми признаками рекламы (далее – рассматриваемая реклама).

Кроме того, в целях объективного и всестороннего рассмотрения настоящего рекламного дела, Коми УФАС России запрашивало мотивированное мнение Министерства культуры Республики Коми, в частности о том, содержит ли рассматриваемая телепрограмма «Про…» признаки, указывающие на её принадлежность к произведению искусства.

Министерство культуры Республики Коми, рассмотрев запрос Коми УФАС России, сообщило следующее мнение.

Общепризнанными признаками художественного произведения (или произведения искусства) являются эстетическое достоинство, художественная ценность. К художественным произведениям, как правило, относятся выдающиеся работы в области изобразительного искусства, художественной литературы, музыки, театра, кинематографии.

Художественное произведение – явление историческое, носитель традиций, авторства.

Художественное произведение – носитель информации, понимание которой неисчерпаемо, тогда как в нехудожественном произведении стиль передачи информации простой, доступный, открытый и «прозрачный».

На основании изложенного, Министерство культуры Республики Коми считает,

что рассматриваемая телепрограмма «Про…» не обладает признаками художественного произведения.

В соответствии со ст. 9 Закона о рекламе, в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должны быть указаны:

1) сроки проведения такого мероприятия;

2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Таким образом, данная статья Закона о рекламе в качестве отдельного объекта, к рекламе которого установлены специальные требования, выделяет стимулирующее мероприятие - стимулирующую лотерею, конкурс, игру, иное подобное мероприятие, условием участия в которых является приобретение определенного товара и возможность получения выигрыша (приза, подарка).

Согласно письму ФАС России № АК/16754 от 31.05.2010 «О некоторых вопросах применения законодательства о рекламе» под стимулирующим мероприятием следует понимать мероприятие, непременным условием которого является приобретение определённого товара.

Согласно п. 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации № 58 от 08.10.2012 «О некоторых вопросах практики применения Арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» названные нормы обязывают рекламодателя сообщать не саму информацию об организаторе стимулирующего мероприятия и так далее, а источник этой информации (например, адрес интернет-сайта, номер телефона, по которому можно получить информацию).

Рассматриваемый сюжет телепрограммы «Про…» повествует о детском комиссионном магазине, указывается, что при покупке товара в указанном магазине на сумму свыше 1000 рублей покупатель автоматически становится участником розыгрыша, где главным призом является сертификат на сумму 10 000 рублей на детские товары.

При таких обстоятельствах объектом рекламирования в рассматриваемом сюжете является, в том числе проводимое комиссионным магазином стимулирующее мероприятие, условием участия в котором является приобретение товара на сумму свыше 1000 рублей.

Таким образом, рассматриваемая реклама является, в том числе рекламой стимулирующего мероприятия.

В силу ст. 9 Закона о рекламе подобная реклама должна содержать сведения о сроках проведения стимулирующего мероприятия, источнике информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

В рассматриваемом случае отсутствуют сведения о сроках проведения стимулирующего мероприятия, информация об организаторе, правилах проведения стимулирующего мероприятия, сроке, месте и порядке получения выигрышей, равно как отсутствует информация о возможности получения указанных сведений из других источников (интернет-сайт, номера телефонов).

При таких обстоятельствах, рассматриваемая реклама распространена в нарушение, в том числе требований ст. 9 Закона о рекламе.

Согласно ч. 3 ст. 14 Закона о рекламе, общая продолжительность распространяемой в телепрограмме рекламы (в том числе такой рекламы, как телемагазины), прерывания телепрограммы рекламой (в том числе спонсорской рекламой) и совмещения рекламы с телепрограммой способом "бегущей строки" или иным способом ее наложения на кадр телепрограммы не может превышать пятнадцать процентов времени вещания в течение часа.

Согласно позиции ФАС России, размещённой на официальном сайте службы, в учет продолжительности рекламы попадают все прерывания рекламой телепрограммы, все совмещения рекламы с телепрограммой. Кроме того, перечень видов рекламы, включаемой в допустимую общую продолжительность распространенной рекламы в телепрограмме, не является закрытым, он не ограничивается упомянутыми в данной части комментируемой статьи видами и способами размещения рекламы. Соответственно, в учет общего времени трансляции рекламы включается любая реклама, размещаемая в телепрограммах. При этом из указанного объема рекламы, подлежащего учету, не исключается спонсорская реклама, продолжительность которой подлежит включению в общий объем рекламы в телепрограмме.

Общая продолжительность распространенной в телепрограмме рекламы не может превышать 15% времени вещания в течение часа, что составляет 9 минут.

Из представленных материалов следует, что общая продолжительность телепрограммы «Про…», распространяемой телеканалом «Телекомпания Третий канал» в эфире ТНТ 04.06.2012, составляет 09 минут 46 секунд, что превышает установленное ч. 3 ст. 14 Закона о рекламе время вещания в течение часа.

При таких обстоятельствах, рассматриваемая реклама распространена в нарушение требований ч. 3 ст. 14 Закона о рекламе.

В силу положений, установленных ч. 1 ст. 14 Закона о рекламе, прерывание телепрограммы или телепередачи рекламой, то есть остановка трансляции телепрограммы или телепередачи для демонстрации рекламы, должно предваряться сообщением о последующей трансляции рекламы, за исключением прерывания спонсорской рекламой.

Из материалов дела усматривается, что рассматриваемая телепрограмма «Про…» перед началом вещания телеканалом «Телекомпания Третий Канал» в эфире ТНТ 04.06.2012 не предварялась сообщением о последующей трансляции рекламы, что является недопустимым в силу ч. 1 ст. 14 Закона о рекламе.

В силу положений, установленных п. 4 ст. 3 Закона о рекламе ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства

Российской Федерации.

Ответственность за нарушение требований, установленных ст. 9 Закона о рекламе, согласно частям 6 и 7 ст. 38 Закона о рекламе, несут и рекламодатель, и рекламораспространитель.

Ответственность за нарушение требований, установленных ч. ч. 1, 3 ст. 14 Закона о рекламе, несёт рекламораспространитель.

Согласно ч. 8 ст. 38 Закона о рекламе рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в ч. 6, 7 настоящей статьи, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Рассматриваемая реклама размещена в эфире телеканала «Телекомпания Третий канал», учредителем которого, согласно свидетельству о СМИ ЭЛ ТУ 11-0144 от 16.04.2012, является ООО «ПТО «Третий канал»; примерная тематика или специализация – развлекательная, информационная, реклама в соответствии с законодательством Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с лицензией на осуществление телевизионного вещания серии ТВ № 12236 от 31.07.2007, вещателем СМИ телеканала «Телекомпания Третий Канал» является ООО «ПТО «Третий канал»; вещание средства массовой информации – Телекомпания Третий канал» осуществляется ежедневно, круглосуточно на территории г. Сыктывкара Республики Коми.

Согласно п. 2 Устава редакции СМИ телеканала «Телекомпания Третий канал», копия которого имеется в материалах рекламного дела, СМИ телеканал «Телекомпания Третий канал» является телеканалом, специализирующимся на создании телепрограмм с примерной тематикой: развлекательная, информационная. В соответствии с п. 3.1 указанного устава учредителем СМИ телеканала «Телекомпания Третий канал» является ООО «ПТО «Третий канал».

Согласно письменным пояснениям ООО «ПТО «Третий канал», представленным в материалы рекламного дела, рекламопроизводителем, на основании договора № 10/12/ТК от 01.01.2012, является ООО «Премьер СТВ», рекламораспространителем – ООО «ПТО «Третий канал».

В соответствии с п. 1.1 договора № 10/12/ТК от 01.01.2012, заключенного между ООО «ПТО «Третий канал» (Заказчик) и ООО «Премьер СТВ» (Исполнитель), Заказчик поручает, а Исполнитель берёт на себя обязательства по изготовлению еженедельной телевизионной программы. Согласно условиям указанного

договора Исполнитель передаёт на возмездной основе Заказчику телевизионную программу: название программы «Про…», хронометраж: до 15 минут, количество серий: 50 (пятьдесят), количество выходов одной передачи в неделю: 5 и 7, способ трансляции: в записи на носителе. Заказчик берёт на себя обязательство по размещению еженедельной телевизионной программы «Про…» в эфире телеканала «ТНТ – Сыктывкар». Таким образом, в соответствии с условиями заключённого договора с ООО «Премьер СТВ», распространителем телепрограммы «Про..» в эфире телеканала «ТНТ – Сыктывкар» является ООО «ПТО «Третий канал».

Согласно письменным пояснениям ООО «Статус», имеющимся в материалах рекламного дела, рекламодателем сюжета о комиссионном магазине детской одежды, размещённом на телеканале «ТНТ – Сыктывкар» в телепрограмме «Про…», является ООО «Статус», рекламопроизводителем – ИП <...> Дмитрий Генрихович. В конце мая 2012 года ООО «Статус» поступило коммерческое предложение по изготовлению и размещению рекламы в телепрограмме «Про…». Со стороны Общества по электронной почте в адрес изготовителя были высланы предложения и пожелания о содержании информационного сюжета о работе магазина. Окончательное содержание и наполнение видеосюжета обсуждалось по электронной почте, согласование производилось в устной форме. Впоследствии изготовителем был отснят видеосюжет и размещён в эфире телеканала «ТНТ - Сыктывкар».

Согласно письменным пояснениям ООО «Премьер СТВ», имеющимся в материалах рекламного дела, распространителем рассматриваемой телепрограммы «Про…» является ООО «ПТО «Третий канал», изготовителем – ООО «Премьер СТВ», заказчиком – ООО «Статус».

Из материалов рекламного дела усматривается, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является, в том числе ООО «Статус», рекламопроизводителем – ООО «Премьер СТВ», рекламораспространителем – ООО «ПТО «Третий канал».

Согласно письменным пояснениям ООО «Статус», имеющимся в материалах рекламного дела, в рассматриваемом случае Обществом не нарушены требования ст. 9 Закона о рекламе, поскольку в рамках проводимой стимулирующей акции были учтены все требования: в магазине было вывешено объявление о проводимой акции, каждому участнику акции были выданы информационные листовки с правилами и информацией о проводимой в магазине акции.

Вышеуказанный довод Комиссией отклоняется, поскольку размещение информации, предусмотренной ст. 9 Закона о рекламе, предполагает её наличие непосредственно в рекламе такого стимулирующего мероприятия, а не в месте его проведения. В рассматриваемом случае реклама не содержит сведений, предусмотренных ст. 9 Закона о рекламе, что лишает потенциального потребителя возможности ознакомления со всеми условиями проводимого стимулирующего мероприятия посредством рассматриваемого рекламного сюжета.

Согласно ст. 2 Устава ООО «Статус», копия которого имеется в материалах рекламного дела, целью создания Общества является предпринимательская и коммерческая деятельность, направленная на получение прибыли. Для

достижения уставных целей Общество вправе осуществлять, в том числе деятельность по розничной и оптовой торговле.

Из вышеизложенного следует, что реклама комиссионного магазина детской одежды, размещённая в телепрограмме «Про…» телеканалом «Телекомпания Третий канал» в эфире ТНТ 04.06.2012, размещена Обществом с целью получения ООО «Статус» прибыли от его экономической деятельности, что отвечает целям предпринимательской деятельности.

В соответствии с выпиской из ЕГРЮЛ от 21.08.2012 в отношении ООО «ПТО «Третий канал», копия которой представлена в материалы рекламного дела, основным видом экономической деятельности Общества является деятельность в области радиовещания и телевидения, дополнительным – рекламная деятельность.

Согласно Уставу ООО «ПТО «Третий канал», копия которого имеется в материалах рекламного дела, основными видами деятельности Общества являются, в том числе деятельность в области радиовещания и телевидения, рекламная деятельность.

Из вышеизложенного следует, что рассматриваемая телепрограмма «Про…» размещена ООО «ПТО «Третий канал» с целью получения Обществом прибыли от его экономической деятельности, что отвечает целям предпринимательской деятельности.

Согласно письменным пояснениям ООО «Статус», имеющимся в материалах рекламного дела, лицом, ответственным за соблюдение Обществом законодательства о рекламе, является директор ООО «Статус» <...>а Ольга Николаевна (далее – <...>а О.Н.), являющаяся в соответствии с Уставом Общества его единственным участником.

В соответствии с Уставом ООО «ПТО «Третий канал» единоличным исполнительным органом Общества является генеральный директор, который избирается сроком на пять лет, без доверенности действует от имени Общества.

Согласно выписке из ЕГРЮЛ в отношении ООО «ПТО «Третий канал» генеральным директором Общества является <...> (далее – <...> С.В.).

Из вышеизложенного следует, что должностным лицом, ответственным за соблюдение ООО «ПТО «Третий канал» законодательства о рекламе, является генеральный директор Общества <...> С.В.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение рекламного законодательства произошло как по вине ООО «ПТО «Третий канал» и генерального директора Общества <...>а С.В., так и по вине ООО «Статус» и директора Общества <...>ой О.Н.

ООО «Статус» и директор Общества <...>а О.Н. на стадии заказа и согласования, а ООО «ПТО «Третий канал» и генеральный директор Общества <...> С.В. - на стадии распространения рекламы не осуществили надлежащего контроля за соответствием рассматриваемой рекламы требованиям Закона о рекламе, следствием чего и стало несоответствие рекламы установленным требованиям.

Таким образом, ООО «ПТО «Третий канал», генеральным директором Общества

<...>ым С.В. нарушены требования ч. ч. 1, 3 ст. 14, ст. 9 Закона о рекламе; ООО «Статус» и директором Общества <...>ой О.Н. нарушены требования ст. 9 Закона о рекламе.

Из материалов рекламного дела следует, что рассматриваемая реклама распространялась на территории г. Сыктывкара (Республики Коми) 04.06.2012.

На дату принятия Комиссией решения в материалах рекламного дела отсутствуют доказательства прекращения распространения ненадлежащей рекламы.

В связи с изложенным, Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи ООО «ПТО «Третий канал» и ООО «Статус» предписаний о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

На основании изложенного, руководствуясь п. 4 ст. 3, п. 2 ч. 1 ст. 33, п. 7 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 – 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, п. 3.55 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС России от 28.12.2007 № 453,

Р Е Ш И Л А:

1. Признать рекламу, распространённую 04.06.2012 в виде телепрограммы «Про..» транслируемую телеканалом «Телекомпания Третий канал» в эфире ТНТ, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования ч. ч. 1, 3 ст. 14, ст. 9 Закона о рекламе.

2. Выдать ООО «ПТО «Третий канал» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения указанной в п. 1 Решения ненадлежащей рекламы.

3. Выдать ООО «Статус» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения указанной в п. 1 Решения ненадлежащей рекламы.

4. Материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ООО «ПТО «Третий канал» и генерального директора Общества <...>а С.В. дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1, ч. 2 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях не передавать за истечением срока, установленного ст. 4.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

5. Материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ООО «Статус» и директора Общества <...>ой О.Н. дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях не передавать за истечением срока, установленного ст. 4.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 27 июня 2013 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Управление Федеральной антимонопольной службы

по республике Коми

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

27 июня 2013 года

№ 03-01/5464

Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в составе:

<...>,

на основании своего Решения от 27.06.2013 по делу № Р 37-08/12 о признании рекламы, распространённой 04.06.2012 в виде телепрограммы «Про..» транслируемой телеканалом «Телекомпания Третий канал» в эфире ТНТ (далее – рассматриваемая реклама), ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования ч. ч. 1, 3 ст. 14, ст. 9 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Закона о рекламе, пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Обществу с ограниченной ответственностью «Статус», адрес места нахождения: 167000, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Мира, д. 11, кв. 1, в десятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: распространение рассматриваемой рекламы в нарушение требований ст. 9 Закона о рекламе.

2. Обществу с ограниченной ответственностью «Статус», адрес места нахождения: 167000, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Мира, д. 11, кв. 1, представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **до 15 июля 2013 года.**

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе, Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на юридическое лицо административный штраф в размере от трёхсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Управление Федеральной антимонопольной службы

по республике Коми

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

27 июня 2013 года

№ 03-01/5465

Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в составе:

<….,

на основании своего Решения от 27.06.2013 по делу № Р 37-08/12 о признании рекламы, распространённой 04.06.2012 в виде телепрограммы «Про..» транслируемой телеканалом «Телекомпания Третий канал» в эфире ТНТ (далее – рассматриваемая реклама), ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования ч. ч. 1, 3 ст. 14, ст. 9 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Закона о рекламе, пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Обществу с ограниченной ответственностью «Производственно – творческое объединение «Третий канал», адрес места нахождения: 167000,

Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Интернациональная, д. 85, в десятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: распространение рассматриваемой рекламы в нарушение требований ч. ч. 1, 3 ст. 14 и ст. 9 Закона о рекламе.

2. Обществу с ограниченной ответственностью «Производственно – творческое объединение «Третий канал», адрес места нахождения: 167000, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Интернациональная, д. 85, представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **до 15 июля 2013 года.**

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе, Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на юридическое лицо административный штраф в размере от трёхсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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