

17 октября 2016 года Комиссия Томского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе рассмотрев материалы дела № 06-11/43-16 по признакам нарушения ст. 16 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) по факту распространения рекламы в форме статьи в печатном издании, не специализирующемся на сообщениях и материалах рекламного характера, без сопровождения пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы», в присутствии Заявителя – сопредседателя Центра экологической и общественной безопасности г. Томска Г..., представителя ООО «Губерния» - П.... (удостоверение № 48),

УСТАНОВИЛА:

В Томское УФАС России поступило обращение сопредседателя Центра экологической и общественной безопасности г. Томска (вх. № 4967 от 02.09.2016), в котором указывается о факте распространения рекламы в периодическом печатном издании без пометки «реклама».

Заявитель сообщает, что в газете «Комсомольская правда» от 31 августа – 7 сентября № 35-т (26575-т) на странице 21 был опубликован рекламный материал «Молочное счастье томичей» о пищевом предприятии «Томское молоко», однако в указанной статье отсутствует указание, что данный материал опубликован на правах рекламы.

По данному факту определением от 27.09.2016 возбуждено производство по настоящему делу по признакам нарушения ст.16 Закона о рекламе.

На заседании Комиссии по рассмотрению дела Заявитель подтвердил доводы, изложенные в заявлении. Так, по мнению Заявителя, указанная статья размещена в печатном издании с нарушением требований законодательства о рекламе.

Представитель ООО «Губерния» пояснила, что указанная статья была опубликована по случаю проведения пресс-тура по предприятиям Томского района Томской области и не является рекламой. В полном объеме доводы ООО «Губерния» изложены в пояснениях по фактам, изложенным в определении.

Рассмотрев материалы дела, заслушав пояснения лиц, участвующих в деле, Комиссия считает установленным следующее.

В соответствии с п.1 ст.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; 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.

Рассматриваемая информация в форме статьи, размещенная в печатном издании, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к пищевому предприятию «Томское молоко» («хорошая дорога, чистые, ухоженные

подъездные пути, парковка, удобные, просторные помещения, а на самой территории разбиты красивые клумбы») и его продукции («вкусное молоко, полезные ряженка, сметана, йогурт, творог»; «молоко топленое, снежок, ряженка, кефир, масло – все это вкусы из детства, которые «Томское молоко» старается донести до томичей в лучшем виде»), формирование и поддержание интереса к ним, их продвижение на рынке. Таким образом, указанная информация обладает перечисленными в п. 1 ст. 3 Закона о рекламе признаками, следовательно, является рекламой.

Антимонопольный орган находит довод ООО «Губерния» о том, что вышеуказанная информация не является рекламой, поскольку носит информационный характер, несостоятельным, поскольку данная статья направлена на формирование интереса к предприятию «Томское молоко» и его продукции, направлена на их продвижение на рынке. При этом рассматриваемая статья не содержит каких-либо справочно-информационных и аналитических материалов (обзоров внутреннего и внешнего рынков, результатов научных исследований и испытаний), не имеющих в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющихся социальной рекламой, а так же сообщений органов государственной власти, иных государственных органов, сообщений органов местного самоуправления, сообщений муниципальных органов, которые не входят в структуру органов местного самоуправления, не содержащих сведений рекламного характера и не являющихся социальной рекламой.

Рассматриваемая реклама в форме статьи размещена в печатном издании «Комсомольская правда» от 31 августа – 7 сентября № 35-т (26575-т) без сопровождения пометкой «реклама» или «на правах рекламы».

Согласно ст. 16 Закона 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».

В соответствии со Свидетельством о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-58658 от 21.07.2014 «Комсомольская правда. Еженедельник» является периодическим печатным изданием, газетой, специализирующемся на популярной информации о событиях и фактах общественной, социальной, экономической, политической, культурной и научной жизни в России и за рубежом, их комментарии и анализе. Таким образом, печатное издание «Комсомольская правда» не специализируется на сообщениях и материалах рекламного характера.

Указанная реклама пищевого предприятия «Томское молоко», а также его продукции в форме статьи размещена в печатном издании, не специализирующемся на сообщениях и материалах рекламного характера, без сопровождения пометкой «реклама» или «на правах рекламы», следовательно, рассматриваемая реклама распространена с нарушением требований ст. 16 Закона о рекламе.

Согласно п.4 ст. 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно ч.7 ст.38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований ст.

16 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Рекламодателем и рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Губерния» (г. Томск, пр. Комсомольский, 70/1, ОГРН: 1047000167411, ИНН: 701700377324).

Комиссия Томского УФАС России, руководствуясь п.1 ч.2 ст.33, ч.1, ч.3 статьи 36 Закона о рекламе, п.37 - п.42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17 августа 2006 г. № 508,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, размещенную в форме статьи «Молочное счастье томичей» в печатном издании «Комсомольская правда» от 31 августа – 7 сентября № 35-т (26575-т), поскольку в ней нарушены требования ст.16 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Выдать ООО «Губерния» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Томского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение антимонопольного органа может быть обжаловано в судебном порядке в течение трех месяцев со дня принятия решения.