



Управление Федеральной антимонопольной службы
по Республике Коми

РЕШЕНИЕ

23 августа 2016 года

(изготовление решения

в полном объеме)

№ 03-01/7803

23 августа 2016 года

(оглашение резолютивной
части)

г. Сыктывкар

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

<...>,

рассмотрев материалы дела № Р 31-07/16, возбужденного в отношении <...> по факту размещения текста рекламы в периодическом печатном издании - газете «Интинская Ярмарка», не специализирующейся на сообщениях и материалах рекламного характера, с признаками нарушения требований ст. 16 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»,

в отсутствие:

- Управления Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Республике Коми, надлежащим образом извещенного о времени и месте рассмотрения дела, заявившего ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие представителей;

- <...>, надлежащим образом извещенной о времени и месте рассмотрения дела, заявившей ходатайство о рассмотрении дела в ее отсутствие,

УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Республике Коми (далее – Роскомнадзор по РК) в ходе и по

результатам проведенного 29.06.2016 планового систематического наблюдения в отношении средства массовой информации - газеты «Интинская Ярмарка» (свидетельство о регистрации СМИ: серия ПИ № ТУ 11-00210, дата регистрации – 28 июня 2013 года) выявлены признаки нарушения ст. 16 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон 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», газета «Интинская Ярмарка» не зарегистрирована как рекламное издание, рекламные материалы не содержат указанных пометок (далее – рассматриваемая реклама). Представлен экземпляр газеты «Интинская ярмарка» № 20 (782) от 17.05.2016.

Согласно 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.

В соответствии со 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». Объем рекламы в таких изданиях должен составлять не более чем сорок процентов объема одного номера периодических печатных изданий. Требование о соблюдении указанного объема не распространяется на периодические печатные издания, которые зарегистрированы в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера и на обложке и в выходных данных которых содержится информация о такой специализации.

Согласно ст. 2 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 под периодическим печатным изданием понимается газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, имеющее постоянное название, текущий номер и выходящее в свет не реже одного раза в год.

Газета «Интинская Ярмарка» имеет свидетельство о регистрации средства массовой информации: серия ПИ № ТУ 11-00210, дата регистрации – 28 июня 2013 года). Согласно данному свидетельству примерная тематика и (или) специализация газеты: бесплатные объявления, информация городских служб, жизнь общества, телепрограмма, познавательно-развлекательная информация, реклама не более 40 %; учредителем газеты является <...>.

Таким образом, газета «Интинская Ярмарка» не является периодическим печатным изданием, специализирующимся на сообщениях и материалах рекламного характера, следовательно, размещение текста рекламы в данной газете должно сопровождаться пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы».

Текст рассматриваемой рекламы не содержит ни одной из предусмотренных требованиями ст. 16 Закона о рекламе пометок.

При таких обстоятельствах рассматриваемая реклама размещена с нарушением требований, установленных ст. 16 Закона о рекламе.

В соответствии с ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за распространение рекламы, не соответствующей требованиям ст. 16 Закона о рекламе, несет рекламораспространитель.

Частью 8 ст. 38 Закона о рекламе предусмотрено, что рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований частей 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе, 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.

Согласно 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 газете «Интинская Ярмарка», учредителем которой, согласно копии свидетельства о регистрации средства массовой информации серии ПИ № ТУ 11-00210, дата регистрации – 28 июня 2013 года, является <...>.

Как следует из письменных пояснений <...>, представленных в материалы дела, рекламопроизводителем и рекламораспространителем рекламы, размещенной в газете «Интинская Ярмарка», является одно лицо – <...> Индивидуальный предприниматель <...> является учредителем, издателем и главным редактором газеты «Интинская Ярмарка» и в единственном лице выполняет все работы по изготовлению, размещению рекламной информации в газете, не имея наемных работников, то есть коллектива редакции.

ИП <...> представлены копии документов, опосредующих производство, размещение и распространение рекламы на примере рекламы ИП <...> «Пластиковые окна <...>, а именно копия счета № 37 от 21.06.2016, копия счета-фактуры № 37 от 21.06.2016, копия акта на выполнение работ-услуг № 37 от 21.06.2016, копия платежного поручения № 266.

ИП <...> сообщила, что, приняв информацию от рекламодателя, изготавливает рекламный модуль в графическом редакторе, размещает его посредством верстки в газете, после печати газеты реализует экземпляр газеты с рекламой. Содержание и наполнение рекламы определяется рекламодателем. Изготовлением и согласованием рекламы с рекламодателем занимается <...> посредством демонстрации готового рекламного модуля заказчику. После устного одобрения и принятия решения о публикации реклама размещается в газете. В газете «Интинская Ярмарка» реклама согласовывается при устном одобрении рекламодателем при визуальном контакте. Так происходит с каждой рекламой, публикуемой в газете.

Как пояснила ИП <...>, период, даты начала и даты окончания размещения рекламы определяет рекламодатель, на основании чего реклама в газете публикуется определенное количество выходов. На примере рекламы ИП <...> «Пластиковые окна <...> количество публикаций – 8 недель (один раз в неделю по вторникам) по желанию рекламодателя.

Таким образом, из материалов рекламного дела усматривается, что **рекламораспространителем и рекламопроизводителем** рассматриваемой рекламы является индивидуальный предприниматель <...>.

Согласно письменным пояснениям ИП <...>, представленным в материалы рекламного дела, ИП <...> является учредителем, издателем и главным редактором газеты «Интинская Ярмарка», она же является изготовителем всей рекламы в газете ввиду отсутствия работников, она же несет ответственность за нарушение ст. 16 Закона о рекламе. Из-за несвоевременного изучения Закона о рекламе было допущено данное нарушение. Возможно, из-за профессиональной нагрузки, нехватки времени был допущен данный факт незнания закона.

Из материалов рекламного дела усматривается, что нарушение рекламного законодательства произошло по вине рекламораспространителя и рекламопроизводителя – ИП <...>

ИП <...> ни на стадии производства, ни на стадиях размещения и распространения рекламы не осуществила надлежащего контроля за соответствием рассматриваемой рекламы требованиям Закона о рекламе, вследствие чего рассматриваемая реклама была размещена в нарушение требований рекламного законодательства.

Таким образом, ИП <...> нарушены требования ст. 16 Закона о рекламе.

В письменных пояснениях ИП <...> сообщила, что лично внесла во все рекламные модули в газете «Интинская Ярмарка» изменения, добавила слово «Реклама». С номера 32 (794) от 9 августа 2016 года нарушение устранено и впредь подобного нарушения никогда не будет допущено. Однако экземпляр указанной газеты в материалы рекламного дела ИП <...> не предоставила.

Таким образом, доказательств, подтверждающих прекращение распространения ненадлежащей рекламы, в материалы рекламного дела не представлено.

В связи с изложенным, Комиссия пришла к выводу о необходимости выдачи рекламодателю и рекламопроизводителю - ИП <...> предписания 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. 1 ч. 2 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. 3.58., 3.59. 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 23.11.2012 № 711/12, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, размещенную в газете «Интинская Ярмарка» № 20 (782) от 17.05.2016 ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования ст. 16 Закона о рекламе.
2. Выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения указанной в п. 1 Решения ненадлежащей рекламы.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ИП <...> дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 23 августа 2016 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня вынесения решения в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...> <...>



Управление Федеральной антимонопольной службы

по Республике Коми

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

23 августа 2016 года

№ 03-01/7804

Сыктывкар

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

<...>,

на основании своего решения от 23.08.2016 по делу № Р 31-07/16 о признании рекламы, размещенной в газете «Интинская Ярмарка» № 20 (782) от 17.05.2016, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования ст. 16 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «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. Индивидуальному предпринимателю <...> **в десятидневный срок** со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: распространение в газете «Интинская Ярмарка» рекламы в нарушение требований ст. 16 Закона о рекламе.

2. Индивидуальному предпринимателю <...> представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в срок **до 30 сентября 2016 года**.

Примечание. В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми вправе в соответствии с частью 2.4. статьи 19.5. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей, на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня выдачи предписания в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии _____ <...>

Члены Комиссии _____ <...>

_____ <...>