

## РЕШЕНИЕ по делу № 863-15-Р

03 февраля 2016 года

г. Пермь

Резолютивная часть решения объявлена 28 января 2016 года.

В полном объеме решение изготовлено 03 февраля 2016 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Пермскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель  
Комиссии: **Кудрявцева М.А.**, заместитель руководителя  
Управления;  
**Ужегова Г.А.**, начальник отдела контроля за рекламой  
и недобросовестной конкуренцией;

Члены Комиссии:  
**Самарина Е.В.**, специалист-эксперт отдела контроля  
естественных монополий,

рассмотрев материалы дела № 863-15-Р, возбужденного в отношении МУП «Редакция районной газеты «Очерский край» 617140, Пермский край, г. Очер, ул. Калинина, д. 23) по признакам нарушения ч. 10.1 ст. 5, ст. 16 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» при размещении рекламных материалов в газете «Очерский край»,

в присутствии главного редактора МУП «Редакция районной газеты «Очерский край» <...> (предъявлен паспорт <...> далее также – ответчик;

в отсутствие представителя Управления Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Пермскому краю (далее также – Управление Роскомнадзора по Пермскому краю, Заявитель), (уведомлено надлежащим образом).

### УСТАНОВИЛА:

В адрес Пермского УФАС России поступило обращение Управления Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Пермскому краю (исх. № 9363-02/59 от 10.11.2015 г., **вх. № 017375 от 10.11.2015 г.**) с жалобой на распространение рекламы, содержащей признаки нарушения ч. 10.1 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) при размещении рекламных материалов в газете «Очерский край».

В заявлении указано, что в выпуске от 09.10.2015 г. № 60 (10199) газеты «Очерский край», на странице 1, размещена информация следующего содержания: «**ЛУЧШИЙ КОНЦЕРТ ГОДА! 18 октября 15.30 РДК проект Вячеслава Добрынина (город Москва) с новой программой «Ни минуты покоя» г. Очер ц. 300-400р. т. 3-12-23 группа ДОКТОР ШЛЯГЕР Прозвучат песни: НЕ СЫПЬ МНЕ СОЛЬ НА РАНУ, ЯГОДА-МАЛИНА, СИНИЙ ТУМАН, также НОВЫЕ ШЛЯГЕРЫ!**», без указания знака информационной продукции, что не соответствует требованиям ч. 10.1 ст. 5 Закона о рекламе.

На основании изложенного, Заявитель просит признать указанную информацию не соответствующей законодательству РФ о рекламе.

Ответчик нарушение признал, представил в материалы дела письменную позицию.

### **Исследовав материалы дела, Комиссия приходит к следующим выводам.**

Согласно выходным данным и свидетельству о регистрации средства массовой информации газеты «Очерский край» серии ПИ № ТУ 59-0030 от 17.07.2008 г., а также исходным данным, содержащимся в газете, издание распространяется на территории Очерского муниципального района Пермского края.

В соответствии с ч. 1 ст. 3 Закона о рекламе, реклама – это 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 и поддержанию интереса к нему и его продвижение на рынке.

В силу ст. 2 Закона о рекламе, 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.

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой, т.к. удовлетворяет всем перечисленным выше признакам, при этом, объектом рекламирования в данном случае является зрелищное мероприятие – концерт группы «Доктор Шлягер».

В соответствии с [частью 10.1 статьи 5](#) Закона о рекламе, не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29.12.2010 г. № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (далее – Закон о защите детей), без указания категории данной информационной продукции.

Под информационной продукцией, согласно [ст. 2](#) Закона о защите детей, понимаются 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, и информация, размещаемая в информационно-телекоммуникационных сетях (в том числе в сети Интернет) и сетях подвижной радиотелефонной связи.

[Глава 2](#) Закона о защите детей вводит классификацию информационной продукции по пяти категориям:

- 1) информационная продукция для детей, не достигших возраста шести лет (0+);
- 2) информационная продукция для детей, достигших возраста шести лет (6+);
- 3) информационная продукция для детей, достигших возраста двенадцати лет (12+);
- 4) информационная продукция для детей, достигших возраста шестнадцати лет (16+);
- 5) информационная продукция, запрещенная для детей (18+).

Согласно [ч. 1 ст. 12](#) Закона о защите детей, категория информационной продукции может обозначаться знаком информационной продукции и (или) текстовым предупреждением об ограничении распространения информационной продукции среди детей.

Из системного толкования положения п.1 ст. 3 Закона о рекламе, ч. 10.1 ст.5 Закона о рекламе и ст. 12 Закона о защите детей следует, что знак информационной продукции должен восприниматься потребителем при непосредственном восприятии рекламы. Следовательно, размещение возрастного ограничения на каждом размещаемом рекламном модуле обязательно.

В данном случае, размещенная в указанной газете реклама необходимого указания на возрастную категорию не содержит, следовательно, размещена в нарушение требований ч. 10.1 ст. 5 Закона о рекламе.

Помимо прочего, в силу ст. 16 ФЗ «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 свидетельству о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ 59-0030 от 17.07.2008 г., выданному Управлением Федеральной службы по надзору в сфере массовых коммуникаций, связи и охраны культурного наследия по Пермскому краю, примерная тематика и (или) специализация газеты «Очерский край» – общественно-политическая жизнь, социально-экономические проблемы района, новости, деятельность органов власти, реклама не более 40 %.

Рекламная информация, размещенная в указанной газете, не сопровождается пометкой «реклама» или «на правах рекламы», следовательно, в рассматриваемом случае содержатся признаки нарушения ст. 16 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с 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, установленных ч. 10.1 ст. 5 и ст. 16 Закона о рекламе несёт рекламодатель.

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

Согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ 59-0030 от 17.07.2008 г. и выходным данным, содержащимся в газете, учредителем данной газеты является Орган местного самоуправления Администрация Очерского муниципального района Пермского края (617140, Пермский край, г. Очер, ул. Ленина, д. 41), учредителем и издателем – МУП «Редакция районной газеты «Очерский край» (617140, Пермский край, г. Очер, ул. Калинина, д. 23).

В данном случае, исходя из понятий, закрепленных в ст. 3 Закона о рекламе, рекламодателем указанной рекламы является МУП «Редакция районной газеты «Очерский край» (617140, Пермский край, г. Очер, ул. Калинина, д. 23).

На основании п. 2 ч. 1 ст. 33, частей 1 и 2 ст. 36 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ № 508,

## **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу зрелищного мероприятия, размещенную на странице 1 газеты «Очерский край» от 09.10.2015 г. № 60 (10199), следующего содержания:

- «ЛУЧШИЙ КОНЦЕРТ ГОДА! 18 октября 15.30 РДК проект Вячеслава Добрынина (город Москва) с новой программой «Ни минуты покоя» г. Очер ц. 300-400р. т. 3-12-23 группа ДОКТОР ШЛЯГЕР Прозвучат песни: НЕ СЫПЬ МНЕ СОЛЬ НА РАНУ, ЯГОДА-МАЛИНА, СИНИЙ ТУМАН, также НОВЫЕ ШЛЯГЕРЫ!», поскольку в ней нарушены требования ч. 10.1 ст. 5 и ст. 16 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать МУП «Редакция районной газеты «Очерский край» предписание о прекращении нарушения ч. 10.1 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

3. Выдать МУП «Редакция районной газеты «Очерский край» предписание о прекращении нарушения ст. 16 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

Решение изготовлено в полном объеме 03 февраля 2016 года.

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

Председатель Комиссии

М.А. Кудрявцева

**Г.А. Ужегова**

Члены Комиссии

**Е.В. Самарина**