

РЕШЕНИЕ по делу № 918-14-Р

29 января 2015 года

г. Пермь

Резолютивная часть решения объявлена 15 января 2015 года.

В полном объеме решение изготовлено 29 января 2015 года.

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

Председатель
Комиссии

<...>, заместитель руководителя управления;

<...>, ведущий специалист-эксперт отдела контроля
за рекламой и недобросовестной конкуренцией;

Члены Комиссии:

<...>, ведущий специалист-эксперт отдела контроля
за рекламой и недобросовестной конкуренцией,

рассмотрев материалы дела № 918-14-Р по признакам нарушения ч. 10.1 ст. 5, ст. 16 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» в отношении гр. <...> (адрес: <...>); гр. <...> (адрес: <...>), возбужденного по заявлению Управления федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Пермскому краю (исх. № 7577-02/59 от 30.09.2014 г., вх. № 16123-14 от 03.10.2014 г.),

- в присутствии гр. <...> (предъявлен паспорт);
- в присутствии гр. <...> (предъявлен паспорт);
- в отсутствие представителя Управления федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Пермскому краю (в материалах дела имеется документальное подтверждение надлежащего извещения Управления федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Пермскому краю о месте и времени рассмотрения дела № 918-14-Р).

Ходатайств об отложении рассмотрения дела не поступало.

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. № 7577-02/59 от 30.09.2014 г., вх. № 16123-14 от 03.10.2014 г.) с информацией о распространении рекламы в Информационно-познавательном еженедельнике «Чернушка Плюс» от 24.09.2014г. № 38 (512) (далее по тексту – Газета), содержащей признаки нарушения ч. 10.1 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе», Закон о рекламе) при размещении рекламных материалов.

В целях рассмотрения обращения по существу Пермским УФАС России направлен запрос (исх. № 17002-14 от 03.12.2014 г.) в адрес ООО Издательский дом

«Чернушинская типография» с просьбой представить в адрес Управления копии договоров и/или иных соглашений (со всеми приложениями и дополнениями) на печать газеты «Чернушка Плюс» от 24.09.2014г. № 38 (512), макет указанной газеты (представленный заказчиком), а также согласование макета газеты заказчиком.

В ответ на запрос ООО Издательский дом «Чернушинская типография» представлена информация (вх. № 21484-14/э-14), в том числе копия договора № 15 от 01.01.2013 г., согласно которому заказчиком является главный редактор газеты «Чернушка Плюс» <...>.

Установлено, что учредителями и издателями Информационно-познавательного еженедельника «Чернушка Плюс» являются гр. <...> (адрес: <...>), гр. <...> (адрес: <...>).

Определением о возбуждении производства по делу № 918-14-Р по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе (исх. № 17670-14 от 15.12.2014 г.) у гр. <...>, гр. <...> запрошены документы, в том числе копия договора с рекламодателем рассматриваемой рекламы, информация о порядке согласования макета рассматриваемой рекламы (с приложением всех документов), а также письменные пояснения относительно оснований возбуждения дела.

13 января 2015 года гр. <...>, гр. <...> представлены запрошенные документы (вх. № 000209 от 13.01.2015г.).

Исследовав материалы дела, заслушав пояснения гр. <...>, гр. <...>, Комиссия приходит к следующим выводам.

Информационно-познавательный еженедельник «Чернушка Плюс» от 24.09.2014г. № 38 (512) (свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС 18-3077 от 17.11.2006 г выдано Управлением Федеральной службы по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия по Приволжскому федеральному округу; примерная тематика и (или) специализация: информационно-познавательная, реклама менее 40%) распространяется на территории Чернушинского района Пермского края.

На странице 17 Информационно-познавательного еженедельника «Чернушка Плюс» от 24.09.2014г. № 38 (512) (далее - Газета) размещена информация следующего содержания:

«11 октября 19.00 час. ДК Нефтяник состоится концерт популярного певца из Башкортостана на татарском языке Марата Шайбакова. Заказ билетов по телефону 4-40-53».

В соответствии с ч. 1 ст. 3 ФЗ «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.

Согласно п. 2 ст. 3 Федерального 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 певца Марата Шайбакова.

На заседании Комиссии 15 января 2014 года гр. Билалова Р.Ф. пояснила, что на обложке газеты «Чернушка Плюс» размещен знак информационной продукции «12+». В настоящее время нарушение устранено.

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

Под информационной продукцией согласно [статье 2](#) Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» 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](#) Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» 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 [части 1 статьи 12](#) Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» категория информационной продукции может обозначаться знаком информационной продукции и (или) текстовым предупреждением об ограничении распространения информационной продукции среди детей.

В рассматриваемой информации отсутствует указание категории

информационной продукции. Таким образом, указанная реклама содержит нарушение п. 10.1 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

Согласно статье 16 Федерального 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.

Газета «Чернушка Плюс» не является рекламным изданием. Таким образом, рекламная информация, размещаемая в Газете, должна сопровождаться пометкой «реклама» или пометкой «на правах» рекламы».

Рассматриваемая реклама зрелищного мероприятия, в том числе рекламная информация под заголовками «ТОП-окна», «Империя пластика», *Изготовление мебели на заказ ЭЛИТ-А*, размещенная на странице 1 Газеты, не сопровождается пометкой «реклама» или «на правах рекламы», следовательно, в рассматриваемом случае содержится нарушение ст. 16 Федерального закона «О рекламе».

На заседании Комиссии 15 января 2015 года гр. <...>, гр. <...> представлен экземпляр газеты «Чернушка Плюс» от 14.01.2015 г. № 1 (527), в котором размещены рекламные модули с пометкой «реклама», а так же устранено нарушение ч. 10.1 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Следовательно, Комиссия Пермского УФАС приходит к выводу об отсутствии необходимости в выдаче предписания.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно ч. 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных ч. 10.1 ст. 5, ст. 16 Федерального закона «О рекламе» несёт рекламодатель.

В силу п. 7 ст. 3 Федерального 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 газеты «Чернушка Плюс» серии ПИ № ФС 18-3077 от 17.11.2006 г. учредителем и издателем Информационно-познавательного еженедельника «Чернушка Плюс», а, следовательно, рекламодателем указанной рекламной информации являются гр. <...> (адрес: <...>) и гр. <...> (адрес: <...>).

На основании вышеизложенного, руководствуясь ст. 33 и ч. 1 ст. 36 Федерального закона «О рекламе», и в соответствии с п.п. 37-45 Правил рассмотрения

антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу зрелищного мероприятия – концерта певца Марата Шайбакова следующего содержания: *«11 октября 19.00 час. ДК Нефтяник состоится концерт популярного певца из Башкортостана на татарском языке Марата Шайбакова. Заказ билетов по телефону 4-40-53»*, размещенную на странице 17 Информационно-познавательного еженедельника «Чернушка Плюс» от 24.09.2014г. № 38 (512), распространяемого, в Чернушинском районе Пермского края, поскольку в ней нарушены требования ч. 10.1 ст. 5, чт. 16 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

Решение изготовлено в полном объеме 29 января 2015 года.

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

Председатель Комиссии

<...>

<...>

Члены Комиссии

<...>

