

## РЕШЕНИЕ

13 марта 2015 г.

г. Чебоксары

Дело № 05-Р-2015

Резолютивная часть решения оглашена 03 марта 2015 года

Решение в полном объеме изготовлено 13 марта 2015 года

Комиссия Чувашского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

«...»

рассмотрев дело № 05-Р-2015, возбужденное в отношении АУ «Издательский дом «Хыпар», по признакам нарушения части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе,

в отсутствие представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, извещенного надлежащим образом о времени и месте рассмотрения дела, заявившего ходатайство о рассмотрении дела в его отсутствие (ходатайство комиссией удовлетворено),

### УСТАНОВИЛА:

Чувашским УФАС России в ходе мониторинга печатных средств массовой информации на странице 16 газеты «Хыпар» от 06.02.2015 №№ 19-20 выявлен факт размещения рекламы информационной продукции (репертуар Чувашского государственного академического драматического театра им. К.Иванова и Чувашского государственного театра юного зрителя им. Михаила Сеспеля на 9-15 февраля).

Пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» определено, что 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.

Рассматриваемая информация, распространенная в газете «Хыпар», является

рекламой, поскольку обладает всеми квалифицирующими признаками данного понятия, определенного в пункте 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

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 "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", без указания категории данной информационной продукции.

Согласно части 3 статьи 6 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» классификацию информационной продукции проводится 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.

Под информационной продукцией согласно пункту 5 статьи 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.

В письменном объяснении АУ «Издательский дом «Хыпар» пояснило, что рекламные материалы (репертуар) предоставлен театрами согласно устной договоренности о размещении по бартеру, в связи с чем, договор на производство и размещение рекламы информационной продукции, а также документы об оплате по договору отсутствуют.

Рекламные материалы к печати подготовил «...»

Комиссия, изучив материалы дела, приходит к выводу о том, что реклама информационной продукции, распространенная в газете «Хыпар» от 06.02.2015 №№ 19-20, нарушает требования, установленные в части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», поскольку в ней отсутствует указание на категорию информационной продукции.

Ненадлежащая реклама - это реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Согласно части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных, статьей 16 настоящего Закона несет рекламодатель.

В силу пункта 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, а именно, АУ «Издательский дом «Хыпар».

В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33 Федерального закона «О рекламе» антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламодателям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В связи с тем, что АУ «Издательский дом «Хыпар» не представила информацию об устранении нарушения, Комиссия считает необходимым выдать названному автономному учреждению предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространенную АУ «Издательский дом «Хыпар» в периодическом печатном издании, газете «Хыпар» от 06.02.2015 №№ 19-20, поскольку в ней нарушены требования, установленные частью 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать АУ «Издательский дом «Хыпар» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для

возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии

«...»

Члены Комиссии

«...»

16.03.2015 № 05-13/2301

### **ПРЕДПИСАНИЕ № 05-Р-2015**

#### **О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА**

#### **РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ**

13 марта 2015 г.

г. Чебоксары

Комиссия Чувашского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

«...»

на основании своего решения от 13.03.2015 по делу № 05-Р-2015 о признании ненадлежащей рекламы информационной продукции (репертуара Чувашского государственного академического драматического театра им. К. Иванова и Чувашского государственного театра юного зрителя им. Михаила Сеспеля на 9-15 на 9-15 февраля), в связи с нарушением требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по

признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

### ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Редакции газеты «Хыпар» в **10 - дневный** срок со дня получения настоящего предписания прекратить распространение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона «О рекламе», без указания категории информационной продукции.

2. Представить в Чувашское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **до 10 апреля 2015 г.**

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Чувашское УФАС России вправе в соответствии с частью 2<sup>4</sup> 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 порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

«...»

Члены Комиссии

«...»