

резюлютивная часть оглашена 16 октября 2014 года

г. Ижевск

изготовлено в полном объёме 21 октября 2014 года

Постоянно действующая Комиссия Удмуртского УФАС России по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в составе:

председатель Комиссии:<...>- заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Удмуртской Республике; члены Комиссии: <...> – начальник отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции; <...>- старший государственный инспектор отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции; <...> – ведущий специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции; <...> - специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции; <...> - специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции (отсутствует), кворум соблюден,

рассмотрев материалы дела № СЮ04-03/2014-205Р, возбужденного в отношении ИП <...> по обращению Управления Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Удмуртской Республике (вх. № 9033) о распространении рекламы информационной продукции, размещенной на стр. 8 газеты «Первая газета недели» № 11 (66) от 30.06.2014г. с нарушением требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»,

в отсутствие ИП <...>, уведомленной надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения дела Комиссией (почтовое уведомление № 42600978131483 от 08.10.2014г.),

УСТАНОВИЛА:

15 сентября 2014 года в Управление Федеральной антимонопольной службы по Удмуртской Республике (далее - Удмуртское УФАС России) поступило обращение Управления Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Удмуртской Республике (вх. № 9033) о распространении рекламы информационной продукции, размещенной на стр. 8 газеты «Первая газета недели» № 11 (66) от 30.06.2014г. с нарушением требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

К заявлению приложены копия страницы газеты «Первая газета недели» № 11 (66) от 30.06.2014г., копию свидетельства о регистрации СМИ – «Первая газета недели».

По результатам рассмотрения заявления Удмуртским УФАС России определением от 19.09.2014г. было возбуждено дело № СЮ04-03/2014-205Р в отношении ИП<...> (427620,УР, г. Глазов, ул. Пехтина, 2-41, ИНН 182906048778) по

признакам нарушения ч. 10.1. ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» с привлечением к участию в деле в качестве заявителя – Управления Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Удмуртской Республике.

Рассмотрение дела было назначено на 16 октября 2014 года в 10 часов 00 минут.

Определение от 19.09.2014г. о возбуждении дела № СЮ04-03/2014-205Р было направлено в адрес лиц, участвующих в деле письмом исх. № ММ01-17-04/8382 от 22.09.2014г.

Управление Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Удмуртской Республике 07.10.2014г. представило в Удмуртское УФАС России ходатайство о рассмотрении дела № СЮ04-03/2014-205Р в отсутствие представителя Управления Роскомнадзора по Удмуртской Республике.

На заседание Комиссии 16 октября 2014 года ИП<...>, уведомленная надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения дела Комиссией, не явилась, запрошенные документы не представила.

Вместе с тем, с учетом отсутствия ходатайства об отложении рассмотрения дела, Комиссия считает возможным рассмотреть дело № СЮ04-03/2014-205Р по имеющимся в деле доказательствам.

Изучив материалы дела № СЮ04-03/2014-205Р, Комиссия Удмуртского УФАС России приходит к следующим выводам.

На стр. 2 газеты «Первая газета недели» № 11 (66) от 30.06.2014г. распространяется реклама следующего содержания: «11 июля пятница концерт группы ПРОПАГАНДА начало концерта в 00:00 справки и заказ столов 8(34141)73366 21+».

В соответствии с пунктом 1) статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе», реклама – это информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование и поддержание интереса к нему, и его продвижение на рынке.

Под объектом рекламирования понимается 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.

Иными словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять следующим условиям, а именно:

- предназначаться для неопределённого круга лиц;
- привлекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;
- способствовать продвижению объекта рекламирования (товара) на рынке.

Информация, размещенная на стр. 2 газеты «Первая газета недели» № 11 (66) от 30.06.2014г., направлена на привлечение внимания к зрелищному мероприятию – концерту группы «ПРОПАГАНДА», содержит указание на дату и начало проведения концерта, информацию о телефоне для справок, способствует продвижению данного мероприятия на рынке, и, следовательно, является рекламой указанной информационной продукции.

При этом, Комиссия принимает во внимание, что данная информация не является аналитическим материалом или обзором рынка, либо информацией, раскрытие которой является обязательной для потребителя.

В соответствии с ч. 10.1 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального [закона](#) от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ "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" классификация информационной продукции осуществляется в соответствии с требованиями настоящего Федерального закона по следующим категориям информационной продукции:

- 1) информационная продукция для детей, не достигших возраста шести лет;
- 2) информационная продукция для детей, достигших возраста шести лет;
- 3) информационная продукция для детей, достигших возраста двенадцати лет;
- 4) информационная продукция для детей, достигших возраста шестнадцати лет;
- 5) информационная продукция, запрещенная для детей.

В соответствии с частью 6 статьи 6 указанного Федерального закона сведения, полученные в результате классификации информационной продукции, указываются ее производителем или распространителем в сопроводительных документах на информационную продукцию и являются основанием для размещения на ней знака информационной продукции и для ее оборота на

территории Российской Федерации.

Согласно статье 12 Федерального [закона](#) "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию" обозначение категории информационной продукции знаком информационной продукции и (или) текстовым предупреждением об ограничении распространения информационной продукции среди детей осуществляется с соблюдением требований настоящего Федерального закона ее производителем и (или) распространителем следующим образом:

- 1) применительно к категории информационной продукции для детей, не достигших возраста шести лет, - в виде цифры "0" и знака "плюс";
- 2) применительно к категории информационной продукции для детей, достигших возраста шести лет, - в виде цифры "6" и знака "плюс" и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания "для детей старше шести лет";
- 3) применительно к категории информационной продукции для детей, достигших возраста двенадцати лет, - в виде цифры "12" и знака "плюс" и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания "для детей старше 12 лет";
- 4) применительно к категории информационной продукции для детей, достигших возраста шестнадцати лет, - в виде цифры "16" и знака "плюс" и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания "для детей старше 16 лет";
- 5) применительно к категории информационной продукции, запрещенной для детей, - в виде цифры "18" и знака "плюс" и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания "запрещено для детей".

В рекламе информационной продукции – концерта группы «ПРОПАГАНДА», размещенной на стр. 8 газеты «Первая газета недели» № 11 (66) от 30.06.2014г., указан знак информационной продукции 21+, не предусмотренный статьей 12 Федерального [закона](#) "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", что является нарушением ч. 10.1 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

Согласно ч. 7. ст. 38 ФЗ «О рекламе» рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью [10.1](#) статьи 5 настоящего Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со свидетельством о регистрации СМИ - газеты «Первая газета недели», учредителем данной газеты является <...>

Согласно информации, содержащейся в выходных данных газеты «Первая газета недели» издателем данного СМИ является ИП <...>

Таким образом, действия ИП <...> по распространению рекламы информационной продукции – концерта группы «ПРОПАГАНДА», размещенной на стр. 8 газеты «Первая газета недели» № 11 (66) от 30.06.2014г., нарушают ч. 10.1 ст. 5

Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

Поскольку Комиссии не представлены доказательства прекращения распространения рассматриваемой рекламы, руководствуясь п.47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Удмуртского УФАС России считает необходимым выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь частью 1 ст.36 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе», и в соответствии с п. 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 г. № 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, утверждённого Приказом ФАС России от 23.11.2012г. № 711/12, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу следующего содержания: «11 июля пятница концерт группы ПРОПАГАНДА начало концерта в 00:00 справки и заказ столов 8(34141)73366 21+», размещенную на стр. 2 газеты «Первая газета недели» № 11 (66) от 30.06.2014г.,

ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Признать индивидуального предпринимателя <...> рекламораспространителем, нарушившим требования части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

3. Выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

4. Передать материалы дела № СЮ04-03/2014-205Р уполномоченному должностному лицу Удмуртского УФАС России для решения вопроса о необходимости возбуждения в отношении ИП <...> дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение и предписание могут быть обжалованы в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьёй 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>

<...>

<...>