

РЕШЕНИЕ

по делу № Р-1303-02/2018

Решение в полном объеме изготовлено 30 января 2019 года
Резолютивная часть оглашена 29 января 2019 года

г. Владимир

Комиссия Владимирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

«_____» – председатель Комиссии (заместитель руководителя Владимирского УФАС России);

«_____» – член Комиссии (главный специалист – эксперт отдела контроля торгов и недобросовестной конкуренции);

«_____» – член Комиссии (ведущий специалист-эксперт отдела контроля антимонопольного законодательства и органов власти),

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - главного редактора газеты «Новая Жизнь» З. действующей на основании распоряжения №34-к от 29.12.2012.

рассмотрев имеющиеся материалы о проверке на соответствие нормам законодательства РФ о рекламе, размещения газете «Новая жизнь» рекламного объявления в выпуске № 66 от 7.12.2018 г. на стр. 6 следующего содержания: «Выставочный Зал (Гороховец, ул. Ленина,17..Начало в 18:00)...4,5 января 2019..Концерт-погружение «И я там был», не соответствующего ФЗ «О рекламе», поскольку не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29 декабря 2010г. N436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», без указания категории данной информационной продукции. а также размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой "реклама" или пометкой "на правах рекламы",

установила:

Владимирское УФАС России в процессе осуществления государственной функции по контролю за соблюдением норм Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее ФЗ «О рекламе») установило факт размещения в газете «Новая жизнь» рекламного объявления в

выпуске № 66 от 7.12.2018 г. на стр. 6 следующего содержания: «Выставочный Зал (Гороховец, ул. Ленина, 17..Начало в 18:00)...4,5 января 2019..Концерт-погружение «И я там был», в котором содержатся признаки нарушения ч. 10.1 ст. 5 и ст. 16 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

По указанному факту распространения рекламы 27 декабря 2018 года Управлением было возбуждено производство по делу №Р-1303-02/2018 в отношении редакции газеты «Новая Жизнь» по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, о чем вынесено определение и назначена дата рассмотрения дела на 22 января 2019 года.

22 января 2019 года Владимирским УФАС России получено ходатайство от главного редактора З. о перенесении даты заседания.

22 декабря 2019г. вынесено Определение об отложении и о продлении срока рассмотрения дела № Р-1303-02/2018 и назначено рассмотрение дела на 29 января 2019 года.

29 января 2019 года в ходе рассмотрения дела главный редактор З. пояснила, что данный рекламный модуль рассматривался как социальная реклама, который направлен на достижение общественно-полезных целей.

Исследовав материалы дела № Р-1303-02/2018, Комиссия приходит к следующим выводам.

В соответствии со 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;

- 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.

Указанная информация содержит следующие признаки рекламы:

- распространена посредством размещения в периодическом печатном средстве массовой информации - газете "Новая Жизнь";

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – концерту «И я там был» в интерьерах выставки «Здесь русский дух, здесь Русью пахнет», организованного Отделом культуры, молодежи и спорта администрации Гороховецкого района и Концертным агентством «ПримаНота».

Таким образом, информация, распространенная посредством размещения на стр. 6 газеты "Новой Жизни" № 66 от 07.12.2018, является рекламой. На основании этого, Комиссия опровергает довод З., что рассматриваемая реклама является социальной рекламой.

В соответствии с ч. 10.1 ст. 5 ФЗ «О рекламе» не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», без указания категории данной информационной продукции.

В соответствии с п.5 ст. 2 ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» **информационная продукция** - 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, посредством информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети «Интернет», и сетей подвижной радиотелефонной связи.

В соответствии с ч.3 ст. 2 ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» **зрелищное мероприятие** - демонстрация информационной продукции в месте, доступном для детей, и в месте, где присутствует значительное число лиц, не принадлежащих к обычному кругу семьи, в том числе посредством проведения театрально-зрелищных, культурно-просветительных и зрелищно-развлекательных мероприятий.

Информация, размещенная в указанной рекламе подпадает под определение зрелищного мероприятия, а следовательно является информационной продукцией. Таким образом, на указанную рекламу распространяются требования об указании категории данной информационной продукции, следовательно она должна содержать знак информационной продукции.

Согласно ч. 2 ст. 2 ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» знак информационной продукции - графическое и (или) текстовое обозначение информационной продукции в соответствии с классификацией информационной продукции.

Под классификацией информационной продукции понимается распределение информационной продукции в зависимости от ее тематики, жанра, содержания и художественного оформления по возрастным категориям детей в порядке, установленном пункт 9 статьи 2 Закона о защите детей от информации.

Классификация информационной продукции осуществляется в соответствии с требованиями Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» 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 (информационная продукция, содержащая информацию, предусмотренную частью 2 статьи 5 настоящего Федерального закона).

Исходя из положений части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе, не допускается размещение рекламы информационной продукции без указания ее категории.

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.

Рекламная информация, размещенная на странице 6 газеты «Новая жизнь» выпуск № 66 от 7.12.2018 г. следующего содержания: «Выставочный Зал (Гороховец, ул.Ленина,17..Начало в 18:00...4,5 января 2019..Концер-погружение «И я там был» не сопровождается пометкой "реклама" или "на правах рекламы", следовательно, в рассматриваемом случае содержится нарушение ст. 16 Федерального закона "О рекламе".

Таким образом, в рекламном объявлении, размещенного в газете «Новая жизнь» выпуск № 66 от 7.12.2018 г. на стр. 6 следующего содержания: «Выставочный Зал (Гороховец, ул.Ленина,17..Начало в 18:00...4,5 января 2019..Концер-погружение «И я там был», содержатся нарушения ч. 10.1 ст. 5 и ст. 16 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

Ответственность за нарушение требований, установленных ч. 10.1 ст.5 и ст.16 «О рекламе» в соответствии с частью 7 статьи 38 Закона «О рекламе» возложена на рекламораспространителя.

Исходя из имеющихся у антимонопольного органа материалов следует, что рекламораспространителем является редакция газеты «Новая Жизнь» (Свидетельство о регистрации ПИ № ТУ 33-00286).

В связи с тем, что рассматриваемая реклама размещалась однократно в газете «Новая Жизнь» выпуск № 66 от 07.12.2018 (в вышеуказанной рекламе мероприятие запланировано на 4,5 января) и прекращением размещения спорной рекламы, у Комиссии Владимирского УФАС России отсутствуют основания для выдачи предписания.

Комиссия, руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального Закона № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

решила:

1. Признать ненадлежащей рекламу, размещенную в газете «Новая жизнь» в выпуске № 66 от 7.12.2018 г. на стр. 6 следующего содержания: «Выставочный Зал (Гороховец, ул. Ленина,17..Начало в 18:00)...4,5 января 2019..Концерт-погружение «И я там был», поскольку содержатся нарушения ч. 10.1 ст. 5 и ст. 16 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать.

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

Председатель Комиссии

«_____»

Члены Комиссии

«_____»

«_____»