

РЕШЕНИЕ

по делу № 055/05/5-743/2022

13 октября 2022 года

город Омск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее – Омское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее также – Комиссия) в составе:

председатель Комиссии – <...>, врио заместителя руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии: <...>,

рассмотрев дело № 055/05/5-743/2022 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения обществом с ограниченной ответственностью «АиФ-Омск» (ИНН 5503111757, ОГРН 1075503007876, далее – ООО «АиФ-Омск», Общество) рекламы, содержащей признаки нарушения части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

при участии посредством видеоконференцсвязи генерального директора, главного редактора ООО «АиФ-Омск» <...>, представителя ООО «АиФ-Омск» <...> (доверенность от 06.10.2022)

УСТАНОВИЛА:

В адрес Омского УФАС России Управлением федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Омской области направлены материалы мониторинга печатного издания.

Из представленных документов следует, что на странице № 7 газеты «Аргументы и факты» в Омске» (выпуск от 07.09.2022 № 36 (1159) размещалась информация об открытии выставки «Осенний салон» следующего содержания: *«ЮБИЛЕИ «РИСОВАЛЬНЫХ ПОНЕДЕЛЬНИКОВ» 5 СЕНТЯБРЯ В ОМСКОМ МУЗЕЕ КОНДРАТИЯ БЕЛОВА ОТКРЫЛАСЬ **ВЫСТАВКА «ОСЕННИЙ САЛОН»**. В этом году объединению «Рисовальные понедельники имени В.К. Беловой» исполнилось 25 лет, поэтому «Осенний салон» -2022 – выставка юбилейная. Кроме того, она отчетная. Участники «Рисовальных понедельников» представляют работы, созданные за год и дающие зрителю возможность познакомиться с творческими достижениями каждого его члена и всего объединения в целом. Возникшее в 1997 году по проекту первого директора музея Веры Беловой, оно получило статус клуба, организованного на демократических началах, собирающего любителей искусства, профессиональных художников и тех, кто хочет не только совершенствования в живописи, графике, но и по-настоящему дружеского общения.*

У объединения есть свой президент – Анатолий Савкин, член Петровской академии наук и искусств, который каждый понедельник приходит на занятия, чтобы дать консультации по рисунку, живописи, композиции. И так в течение всего времени существования клуба.

Часто занятия по рисунку проводит Анатолий Баженов, художник-график, член «Рисовальных понедельников» с 1997 года, кандидат педагогических наук, доцент кафедры академической живописи и рисунка факультета искусств ОмГПУ.

О плодотворной работе клуба свидетельствуют многочисленные выставки, как в музее Кондратия Белова, так и в музеях и выставочных залах города и области, городов России.

Каждый раз зрители, приходящее на выставку объединения, получают поистине эстетическое

удовольствие от искренних, наполненных живым чувством произведений, продолжающих традиции реалистического искусства, приверженцем которого всю свою жизнь оставался Кондратий Белов.

Прошло 25 лет, но неизменно каждый понедельник в музее им. Кондратия Белова собираются желающие порисовать, получить навыки работы над натюрмортом, пейзажем, портретом, поговорить об искусстве за чаем из самовара с пирогами, приготовленными по оригинальному рецепту матери Кондратия Белова Агафьи Карповны. Объединение продолжает жить!

Министерство культуры Омской области Омский музей Кондратия Белова КО «Рисовальные понедельники»

Клубное объединение «Рисовальные понедельники» в Музее Кондратия Белова, Омское региональное отделение ПСХР представляют Осенний салон 2022 с 5 по 20 сентября 2022 г. Омск 2022».

Согласно выходным данным издателем газеты «Аргументы и факты» в Омске» является ООО «АиФ-Омск».

Определением Омского УФАС России от 16.09.2022 в отношении ООО «АиФ-Омск» было возбуждено дело № 055/05/5-743/2022 по признакам нарушения требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В ответ на указанное определение ООО «АиФ-Омск» была представлена информация, согласно которой: «...Газета «Аргументы и факты» в Омске» является периодическим печатным изданием с тематикой «информирование населения о проблемах жизни города, области, края».

Согласно ст. 11 ФЗ от 29.12.2010 N 436-ФЗ (ред. от 01.07.2021) «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» до начала демонстрации посредством зрелищного мероприятия информационной продукции ей присваивается знак информационной продукции. В случае демонстрации нескольких видов информационной продукции для детей разных возрастных категорий указанный знак должен соответствовать информационной продукции для детей старшей возрастной категории. Указанный знак размещается на афишах и иных объявлениях о проведении зрелищного мероприятия, а также на входных билетах, приглашениях и иных документах, предоставляющих право его посещения.

Статья «Юбилей рисовальных понедельников» не является афишей, объявлением о проведении зрелищного мероприятия, а также входным билетом, приглашением или иным документом, предоставляющим право посещения такого мероприятия, а равно рекламой. Данная статья является справочно-информационным материалом, не имеющей в качестве основной цели продвижение мероприятия на рынке и не является рекламой. Статья не размещалась на основании договора об оказании рекламных услуг, а была создана непосредственно журналистом СМИ «Аргументы и факты» в Омске».

В соответствии со ст. 2 ФЗ «О рекламе» закон распространяется на справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой.

СМИ «Аргументы и факты» в Омске» еженедельно информирует население о жизни города, делает обзор подобных мероприятий.

Также Общество сообщает, что все статьи, сопровождаются фотоизображениями или какой-либо иллюстрацией. В данном случае иллюстрация, которой сопровождалась статья, была позаимствована на официальном сайте музея.

Статья раскрывает информацию о важности подобных проектов для развития Омска. Редакция не преследует цели объявить читателям о проведении зрелищного мероприятия, а равно отсутствует состав правонарушения, предусмотренного ч. 10.1 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

Аналогичные устные пояснения были представлены представителями ООО «АиФ-Омск» на заседании Комиссии.

Рассмотрев имеющиеся материалы дела, пояснения ООО «АиФ-Омск», Комиссия Омского УФАС России не может согласиться с доводами Общества, исходя из следующего.

Факт размещения спорной информации в печатном издании – газете «Аргументы и факты» в Омске» (выпуск от 07.09.2022 № 36 (1159) не оспаривается Обществом, подтверждается материалами дела.

Статья 2 Федерального закона от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (далее - Федеральный закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию») устанавливает понятия:

- *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;

- **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;

- *знак информационной продукции* - графическое и (или) текстовое обозначение информационной продукции в соответствии с классификацией информационной продукции, предусмотренной частью 3 статьи 6 настоящего Федерального закона.

С учетом изложенного вышеуказанное мероприятие (выставка «Осенний салон 2022») является зрелищным.

По определению, данному статьей 3 Федерального закона «О рекламе»:

реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, 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 - это 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;

товар - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация распространена в печатном издании (газете «Аргументы и факты» в Омске») в адрес лиц, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя информации.

Относительно довода Общества о том, что размещенный газете материал носит справочно-информационный характер, Комиссия считает необходимым отметить следующее.

Справочно-информационные материалы представляют собой совокупность упорядоченных сведений по отдельной тематике, зафиксированных на материальном носителе. Это могут быть статистические, сводные или регулярно видоизменяющиеся полезные данные, основанные на количественных и качественных показателях отдельных явлений, объектов.

В данном случае материал не содержит сведений, относящихся к справочно-информационным, наоборот, основной целью размещения информации является привлечение внимания потенциального зрителя к вышеуказанному зрелищному мероприятию, формирование и поддержание интереса к нему, о чем свидетельствует, в том числе:

- **наличие краткого описания зрелищных мероприятий**, например, «...Участники «Рисовальных понедельников» представляют работы, созданные за год и дающие зрителю возможность познакомиться с творческими достижениями каждого его члена и всего объединения в целом...

...Каждый раз зрители, приходящее на выставку объединения, получают поистине эстетическое удовольствие от искренних, наполненных живым чувством произведений, продолжающих традиции реалистического искусства, приверженцем которого всю свою жизнь оставался Кондратий Белов...»;

- **указание времени и места проведения предстоящего зрелищного мероприятия**, например, «...Клубное объединение «Рисовальные понедельники» в Музее Кондратия Белова, Омское региональное отделение ПСХР представляют Осенний салон 2022 с 5 по 20 сентября 2022 г.».

Учитывая вышеизложенное, **распространенная информация подпадает под понятие «реклама»**, поскольку обладает всеми ее признаками – распространена в печатном издании, направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к зрелищному мероприятию – выставке «Осенний салон 2022».

На основании 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 указанного 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, возраста двенадцати лет;
4. информационная продукция для детей, возраста шестнадцати лет;
- 5) информационная продукция, запрещенная для детей (информационная продукция, содержащая информацию, предусмотренную частью 2 статьи 5 настоящего Федерального закона).

В силу части 1 статьи 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».**

Согласно части 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.

В нарушение требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» **знак информационной продукции в рекламе зрелищного мероприятия - выставке «Осенний салон 2022»**, размещенной на странице № 7 газеты «Аргументы и факты» в Омске» (выпуск от 07.09.2022 № 36 (1159) **отсутствует.**

По определению (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») **ненадлежащая** реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В пункте 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» установлено, что рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Исходя из определения, данного в пункте 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», ООО «АиФ-Омск» является рекламодателем.

В силу части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Рассмотрев материалы дела, пояснения ООО «АиФ-Омск», Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нарушении ООО «АиФ-Омск» требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы зрелищно-развлекательного мероприятия.

Учитывая, что в настоящее время размещение рекламы не осуществляется (актуальность выпуска газеты и зрелищного мероприятия отсутствуют), Комиссией принято решение об отсутствии необходимости в выдаче ООО «АиФ-Омск» предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42 - 48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать распространенную ООО «АиФ-Омск» (ИНН 5503111757, ОГРН 1075503007876) на странице № 7 газеты «Аргументы и факты» в Омске» (выпуск от 07.09.2022 № 36 (1159) рекламу зрелищного мероприятия - **выставки** «Осенний салон 2022» ненадлежащей, нарушающей требования части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Не выдавать ООО «АиФ-Омск» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу антимонопольного органа для возбуждения дела об административном правонарушении.

Решение изготовлено в полном объеме 19 октября 2022 года.

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

Председатель Комиссии<...>

Члены Комиссии: <...>