**РЕШЕНИЕ**

**по делу № 055/05/5-679/2022**

13 сентября 2022 года

город Омск

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

председатель Комиссии – <…>, заместитель руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии:

Ланбина А.В. – начальник отдела рекламы, <…>,

рассмотрев дело № 055/05/5-679/2022 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения индивидуальным предпринимателем <…> (ИНН 550702525639, ОГРНИП 321554300001372, далее – ИП <…>) рекламы, содержащей признаки нарушения требований частей 10.1 и 11 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в присутствии представителя ИП <…> - <…> (доверенность от 01.08.2022 б/н)

УСТАНОВИЛА:

В результате проведения мероприятий по контролю за соблюдением обязательных требований Федерального закона «О рекламе» Омским УФАС России выявлены следующие факты:

- 04.08.2022 на рекламной конструкции, установленной в районе торгово-выставочного комплекса «Каскад», и 11.08.2022 на рекламной конструкции в районе здания № 12 по пр. К. Маркса в г. Омске (вблизи остановки общественного транспорта «Ленинградская площадь») распространена реклама зрелищного мероприятия следующего содержания: *«13 июля открытие ТВЦ Каскад, пр. К. Маркса, 24 4 этаж т. 89585153682 ВЫСТАВКА ПАУКОВ арахниды ·хищные монстры · огромные птицееды»*;

- 05.08.2022 на рекламной конструкции, установленной в районе здания № 12 по пр. К. Маркса в г. Омске, распространена реклама зрелищного мероприятия следующего содержания: *«ANGAR night club 6 августа 19.00 ITALO BEST HITS МАРЧЕЛЛО МА МИЛАН ИТАЛИЯ kassy.ru 905-777»;*

- 10.08.2022 на рекламной конструкции, установленной в районе здания № 12 по пр. К. Маркса в г. Омске, распространена реклама зрелищного мероприятия следующего содержания: *«ANGAR night club 30 сентября 19.00 КАРНАВАЛ ЛЕГЕНДАРНАЯ ГРУППА АЛЕКСАНДРА БАРЫКИНА с участием Георгия Барыкина Генеральный партнер СТБ ОХРАНА kassy.ru 905-777».*

Согласно информации, размещенной на рекламных конструкциях, а также представленной в адрес Омского УФАС России Управлением делами Администрации г. Омска, разрешение на установку и эксплуатацию вышеуказанных рекламных конструкций выдано ИП <…>.

Определением Омского УФАС России от 22.08.2022 в отношении ИП <…> было возбуждено

дело № 055/05/5-679/2022 по признакам нарушения требований частей 10.1 и 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В ответ на указанное определение ИП <…> была представлена информация, согласно которой: *«…1. В отношении распространения рекламы зрелищного мероприятия рекламной конструкции в районе торгово-выставочного комплекса «Каскад» и в районе здания № 12 по пр. К. Маркса в г. Омске (вблизи остановки общественного транспорта «Ленинградская площадь») следующего содержания: «13 июля открытие ТВЦ Каскад, пр. К. Маркса, 24 4 этаж т. 89585153682 ВЫСТАВКА ПАУКОВ арахниды ·хищные монстры · огромные птицееды».*

*В опубликованной афише действительно отсутствовал знак информационной продукции, который присваивается ей до начала ее демонстрации посредствам зрелищного мероприятия…*

*…Считаю, что в силу действующего законодательства маркировкой знаком информационной продукции должна обозначаться только та информационная продукция, которая способна причинить вред здоровью и (или) развитию детей. Вполне очевидно, что отсутствие знака возрастного ограничения на объявлении о выставке пауков не может нанести вред здоровью и развитию детей. На указанную выставку отсутствуют возрастные ограничения. Дети до 3 лет пускаются бесплатно.*

*2. В отношении распространения рекламы зрелищного мероприятия на рекламной конструкции, установленной в районе здания № 12 по пр. К. Маркса в г. Омске следующего содержания: «ANGAR night club 6 августа 19.00 ITALO BEST HITS МАРЧЕЛЛО МА МИЛАН ИТАЛИЯ kassy.ru 905-777» и «ANGAR night club 30 сентября 19.00 КАРНАВАЛ ЛЕГЕНДАРНАЯ ГРУППА АЛЕКСАНДРА БАРЫКИНА с участием Георгия Барыкина Генеральный партнер СТБ ОХРАНА kassy.ru 905-777».*

*На момент вынесения Определение баннер «ANGAR night club 6 августа 19.00 ITALO BEST HITS МАРЧЕЛЛО МА МИЛАН ИТАЛИЯ kassy.ru 905-777» снят 07 августа 2022 года.*

*Вместе с тем, ИП <…> признает, что реклама должна соответствовать требованиям, установленным законодательством… Поэтому на момент вынесения Определения от 22 августа 2022 года данное нарушении полностью устранено ИП <…> (на баннерах имеется обозначение категории информационной продцукции знаком информационной продукции и (или) текстовым предупреждением об ограничении распространения информационной продукции среди детей с указанием цифры, обозначающей возраст, и знак «плюс»). В подтверждение прилагаю фототаблицы.*

*В силу части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламораспространитель.*

*Однако хотелось бы обратить внимание Комиссии на следующее,* ***ИП*** *<…>* ***не изготавливала данные плакаты (баннеры) и не является рекламодателем или рекламопроизводителем, она является <u>рекламораспространителем</u> – осуществила монтаж данных плакатов на своих рекламных конструкциях.***

*ИП <…> заключила Договор № АС-0026 от 01.07.2022 с <…> (самозанятый) и Договор № АС-0030 от 20.07.2022 с ИП <…>, согласно которым она является рекламораспространителем, Заказчики самостоятельно изготавливали саму рекламу (плакаты) для распространения…*

*…3. В отношении нарушения ИП <…> требований Федерального закона « О государственном языке Российской Федерации» считаю, что ИП <…> полностью соблюдены данные требования…*

*…Указанные в Определении слова «night club» размещены под словом «ANGAR» и неразрывно связаны друг с другом, поскольку словосочетание «ANGAR night club» является названием заведения (вывеской, указателем места проведения зрелищного мероприятия, в котором будет проводиться мероприятие), согласованным в установленном Законом порядке Администрацией г. Омск (АКТ № 219 от 08 мая 2019 года). Это название также размещено в Интернете на странице https://angaromsk.vsite.biz/#home.*

*Таким образом, указанное словосочетание – имя нарицательное, является названием заведения, в котором будет проводиться зрелищное мероприятие и не является рекламой услуг или товаров.*

*В отношении словосочетания «ITALO BEST HITS», размещенном на рекламе зрелищного мероприятия итальянской дискотеки 80-х, … «ITALO» - не является словом на английском языке, а также ни на каком другом иностранном языке, поэтому оно не подлежит переводу. Все словосочетание – это имя нарицательное: наименование музыкального диска, выпущенного композитором в 2017 году и одноименной концертной программой итальянского композитора и музыканта, с которой он путешествует по миру с 2017 года…*

*…Кроме того, как выше указывалось в отзыве, на момент рассмотрения данного дела и принятия Комиссией решения по нему распространение вышеуказанной рекламы прекращено ИП <…>…».*

Рассмотрев имеющиеся материалы дела, пояснения ИП <…>, Комиссия Омского УФАС России не может согласиться с доводами последней, исходя из следующего.

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.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками – распространена наружным способом, направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к зрелищным мероприятиям – концертам Марчелло Ма и группы «Карнавал», а также выставке пауков.

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 следующие 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.

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 возрасти 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.

Таким образом, рекламораспространитель зная о том, что к рекламе зрелищных

мероприятий законодательством Российской Федерации установлено обязательное указание категории информационной продукции, должен был в каждом случае осуществить распространение рекламы со знаком информационной продукции в соответствии с требованиями части 1 статьи 12 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

Вместе с тем в нарушение требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» **знак информационной продукции в рекламе зрелищных мероприятий** (концерты Марчелло Ма и группы «Карнавал», выставка пауков) на момент фиксации **отсутствовал.**

Кроме того, в части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» установлено, что при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

В соответствии с частью 1 статьи 68 Конституции Российской Федерации, частью 1 статьи 1 Федерального закона от 01.06.2005 № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации» (далее – Федеральный закон «О государственном языке Российской Федерации») государственным языком Российской Федерации на всей ее территории является русский язык.

В силу пункта 10 части 1 статьи 3 Федерального закона «О государственном языке Российской Федерации» **государственный язык Российской Федерации подлежит обязательному использованию в рекламе.**

При этом частью 2 статьи 3 Федерального закона «О государственном языке Российской Федерации» императивно установлено, что в случаях использования в сферах, указанных в части 1 настоящей статьи, наряду с государственным языком Российской Федерации государственного языка республики, находящейся в составе Российской Федерации, других языков народов Российской Федерации или иностранного языка **тексты на русском языке и** на государственном языке республики, находящейся в составе Российской Федерации, других языках народов Российской Федерации или **иностранном языке**, если иное не установлено законодательством Российской Федерации, **должны быть идентичными по содержанию и техническому оформлению**, выполнены разборчиво, звуковая информация (в том числе в аудио- и аудиовизуальных материалах, теле- и радиопрограммах) на русском языке и указанная информация на государственном языке республики, находящейся в составе Российской Федерации, других языках народов Российской Федерации или иностранном языке, если иное не установлено законодательством Российской Федерации, также должна быть идентичной по содержанию, звучанию и способам передачи.

В нарушение части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» в рассматриваемой рекламе слова на иностранном языке *«night club»* (реклама концерта Марчелло Ма и группы «Карнавал»), *«ITALO BEST HITS»* (реклама концерта Марчелло Ма) были использованы без идентичного содержания и технического оформления на русском языке.

Одновременно Комиссия Омского УФАС России отмечает, что представленные ИП <…> заявка на согласование эскиза знаково-информационных систем № 663-19 и акт работ, выполненных без ордера на производство работ, № 219 от 08.05.2022 подтверждают факт согласования Администрацией города Омска знаково-информационной системы «ANGAR» (без указания *«night club»*) и ее установку по адресу: г. Омск, ул. Кемеровская, д. 1, к. 3, что, в свою очередь, не свидетельствует о праве использования в рекламе словосочетания «*night club»* без идентичного содержания и технического оформления на русском языке.

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 рекламораспространитель - 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», ИП <…> является рекламораспространителем.

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

Рассмотрев материалы дела, пояснения ИП <…>, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о ИП <…> требований частей 10.1 и 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы зрелищно-развлекательных мероприятий.

При этом Комиссия отмечает, что статья 38 Федерального закона «О рекламе» не устанавливает ответственность за нарушение части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» и не определяет субъекта ответственности за нарушение данной нормы.

Учитывая, что нарушения устранены в добровольном порядке, что подтверждается представленными ИП <…> фотоснимками, Комиссией принято решение об отсутствии необходимости в выдаче ИП <…> 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 ИП <…> (ИНН 550702525639, ОГРНИП 321554300001372) рекламу:

- *«13 июля открытие ТВЦ Каскад, пр. К. Маркса, 24 4 этаж т. 89585153682 ВЫСТАВКА ПАУКОВ арахниды ·хищные монстры · огромные птицееды»* на рекламной конструкции, установленной в районе торгово-выставочного комплекса «Каскад» (дата распространения 04.08.2022), и на рекламной конструкции в районе здания № 12 по пр. К. Маркса в г. Омске (дата распространения 11.08.2022), ненадлежащей, нарушающей требования части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»;

- *«ANGAR night club 6 августа 19.00 ITALO BEST HITS МАРЧЕЛЛО МА МИЛАН ИТАЛИЯ kassy.ru 905-777»* (дата распространения 05.08.2022) и *«ANGAR night club 30 сентября 19.00 КАРНАВАЛ ЛЕГЕНДАРНАЯ ГРУППА АЛЕКСАНДРА БАРЫКИНА с участием Георгия Барыкина Генеральный партнер СТБ ОХРАНА kassy.ru 905-777»* (дата распространения 10.08.2022) на рекламной конструкции, установленной в районе здания № 12 по пр. К. Маркса в г. Омске, ненадлежащей, нарушающей требования частей 10.1 и 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Не выдавать ИП <…> 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 14 сентября 2022 года.

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

Председатель Комиссии<…>

Члены Комиссии: <…>