

О П Р Е Д Е Л Е Н И Е

о прекращении производства по делу № 048/05/5-288/2020

18 июня 2020 года
Липецк

г.

Резолютивная часть решения объявлена: 16 июня 2020 года

Решение в полном объеме изготовлено: 18 июня 2020 года

Комиссия Управления Федеральной Антимонопольной службы по Липецкой области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

<...>

рассмотрев материалы дела № 048/05/5-288/2020, возбужденного по признакам нарушения ч. 10.1 ст. 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) обществом с ограниченной ответственностью «Студия-ТВ» (ИНН 4824023290 ОГРН 1024840852410) (далее – ООО «Студия-ТВ»),

в присутствии:

представителя лица, в чьих действиях содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе ООО «Студия-ТВ» - <...> (по доверенности),

У С Т А Н О В И Л А:

В Липецкое УФАС России поступило обращение Управления Роскомнадзора по Липецкой области о признаках нарушения рекламного законодательства в действиях ООО «Студия-ТВ».

Согласно обращению ООО «Студия-ТВ» осуществляет деятельность на основании Лицензии на осуществление радиовещания от 01.04.2016 № 27678 в г. Липецке осуществляет радиовещание телеканалов «Липецк 105 и 6 ФМ» и «Радио Шансон».

06.03.2020 г. на «Радио Шансон» распространялась информация

следующего содержания: «21 марта в 15:00 в Областном центре культуры состоится уникальное, необыкновенное, эксклюзивное представление народный инклюзивный театр танца «Параллели» представляет танцевальную фантазию по сказке «Мама». Приглашаем всех окунуться в яркий сказочный мир музыки, искусства и неповторимую атмосферу творчества, силы духа театра танца «Параллели». Справки по телефону 355-807».

Согласно п. 1 ст. 3 Закона 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 и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

п. 2 ст. 3 Закона о рекламе говорит, что 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.

В соответствии с частью 10.1 статьи 5 Закона 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.

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 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.

Согласно пункту 3 статьи 2 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», зрелищное мероприятие - это 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.

В рекламном блоке представление театра танца «Параллели» привлекается внимание к зрелищно-развлекательному мероприятию.

Согласно пункту 5 части 4 статьи 11 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», оборот информационной продукции, содержащей информацию, причиняющую вред здоровью и (или) развитию детей, без знака информационной продукции не допускается, за исключением периодических печатных изданий, специализирующихся на распространении информации общественно-политического или производственно-практического характера.

В рассматриваемой рекламе сведения о категории информационной продукции отсутствуют.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе, рекламодатель несет ответственность за нарушение ч. 10.1 ст. 5 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В рассматриваемом случае рекламодателем является ООО «Студия-ТВ».

В связи с наличием признаков нарушения ч. 10.1 ст. 5 Закона о рекламе в рассматриваемой рекламе, Липецким УФАС России было возбуждено дело № 048/05/5-288/2020.

В ходе рассмотрения дела установлено следующее.

Согласно пояснениям ООО «Студия-ТВ» рассматриваемая реклама относится к социальной и распространялась на безвозмездной основе на основании Договора об оказании услуг по трансляции социальной рекламы от 02.03.2020, заключенного с ЛОООИ «Параллели».

В соответствии с пунктом 11 статьи 3 Закона о рекламе социальная реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

Частью 4 статьи 10 Закона о рекламе установлено, что в социальной рекламе не допускается упоминание о конкретных марках (моделях, артикулах) товаров, товарных знаках, знаках обслуживания и об иных средствах их индивидуализации, о физических лицах и юридических лицах, за исключением случаев, предусмотренных частью 5 настоящей статьи.

При этом в спорной рекламе имеется упоминание о театре танца «Параллели» и сказке «Мама».

Установленные частью 4 статьи 10 Закона о рекламе ограничения не распространяются на упоминания об органах государственной власти, иных государственных органах, органах местного самоуправления, о муниципальных органах, которые не входят в структуру органов местного самоуправления, о спонсорах, о социально ориентированных некоммерческих организациях, соответствующих требованиям, установленным настоящей статьей, а также о физических лицах, оказавшихся в трудной жизненной ситуации или нуждающихся в лечении, в целях оказания им благотворительной помощи. В социальной рекламе допускается упоминание о социально ориентированных некоммерческих организациях в случаях, если содержание этой рекламы непосредственно связано с информацией о деятельности таких некоммерческих организаций, направленной на достижение благотворительных или иных общественно полезных целей (часть 5 статьи 10 Закона о рекламе).

Федеральный закон от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» (далее - Закон о некоммерческих организациях) содержит понятие некоммерческой организации, согласно которому некоммерческой организацией является организация, не имеющая извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности и не распределяющая полученную прибыль между участниками.

В силу пункта 2.1 статьи 2 Закона о некоммерческих организациях социально ориентированными некоммерческими организациями признаются некоммерческие организации, созданные в предусмотренных настоящим Федеральным законом формах (за исключением государственных корпораций, государственных компаний, общественных объединений, являющихся политическими партиями) и осуществляющие деятельность, направленную на решение социальных проблем, развитие гражданского общества в Российской Федерации, а также виды деятельности, предусмотренные статьей 31.1 данного Федерального закона.

По смыслу части 3 статьи 14, части 1 статьи 31.1 Закона о

некоммерческих организациях сведения об осуществлении некоммерческой организацией деятельности, позволяющей ей получить статус социально ориентированной, должны содержаться в ее учредительных документах.

Таким образом, при решении вопроса о правомерности упоминания в социальной рекламе определенной некоммерческой организации необходимо установить, соответствует ли ее статус положениям Закона о некоммерческих организациях о социально ориентированных некоммерческих организациях, путем исследования учредительных документов.

При этом следует учитывать, что упоминания о таких организациях в социальной рекламе допускается исключительно при условии, что содержание этой социальной рекламы непосредственно связано с информацией о деятельности таких некоммерческих организаций, направленной на достижение благотворительных или иных общественно полезных целей.

Согласно Уставу ЛОООИ «Параллели» (<...>) предметом деятельности организации является содействие решению социальных проблем инвалидов через реабилитацию и адаптацию средствами физической культуры, творчества и искусства.

Целями организации, в том числе, являются:

- обеспечение инвалидам равных с другими гражданами возможностей участия во всех сферах жизни общества;
- интеграция инвалидов в общество и их реабилитация с помощью танцев;
- стимулирование и обеспечение жизнедеятельности людей с инвалидностью, особенно детей и молодежи.

Для достижения ставных целей ЛОООИ «Параллели», в том числе, организует и проводит физкультурно-оздоровительную и культурно-массовую работу, фестивали, конкурсы, концерты, декады, праздники среди инвалидов всех возрастов и категорий (пункт 2.2 Устава).

Инклюзивный спектакль по сказке «Мама» является частью социально-значимого проекта «Танцы не для слабых» для детей и взрослых с инвалидностью. Проект реализуется в соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 30.01.2019 г. № 30 «О грантах Президента Российской Федерации, предоставляемых на развитие гражданского общества», а также договора о предоставлении гранта Президента Российской Федерации на развитие гражданского

общества № 19-1-018004.

Таким образом, ЛОООИ «Параллели» является социально-ориентированной некоммерческой организацией, деятельностью которой, в том числе, является организация культурно-массовых мероприятий и концертов.

Следовательно, информация следующего содержания: «21 марта в 15:00 в Областном центре культуры состоится уникальное, необыкновенное, эксклюзивное представление народный инклюзивный театр танца «Параллели» представляет танцевальную фантазию по сказке «Мама». Приглашаем всех окунуться в яркий сказочный мир музыки, искусства и неповторимую атмосферу творчества, силы духа театра танца «Параллели». Справки по телефону 355-807», распространявшаяся 06.03.2020 г. на «Радио Шансон» подпадает под понятие социальной рекламы.

При этом социальная реклама не является разновидностью рекламы. Порядок распространения социальной рекламы регулируется исключительно статьей 10 Закона о рекламе и иные нормы данного закона не распространяются на социальную рекламу.

Указанная позиция согласуется с позицией ФАС России, отраженной в письме от 14.05.2014 г. № АК/19317/14.

Поскольку, ЛОООИ «Параллели» является социально ориентированной некоммерческой организацией, то есть организацией, упоминание о которой в силу части 5 статьи 10 Закона о рекламе, допускается в социальной рекламе, признаки нарушения части 10.1 ст. 5 Закона о рекламе в действиях ООО «Студия-ТВ» отсутствуют.

Проанализировав имеющиеся в деле доказательства, в результате совещания, руководствуясь пунктом 36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

О П Р Е Д Е Л И Л А:

Прекратить производство по делу № 048/05/5-288/2020.

Решение может быть обжаловано в течение трёх месяцев со дня его принятия.