

РЕШЕНИЕ

по делу № 055/05/5-1103/2020

24 ноября 2020 года

город Омск

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

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

члены Комиссии: <...>,

рассмотрев дело № 055/05/5-1103/2020 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения обществом с ограниченной ответственностью «Омские городские средства массовой информации» (ИНН <...>, ОГРН <...>, далее - ООО «Омские городские СМИ», Общество) в городской общественно-политической газете «Вечерний Омск-Неделя» рекламы, содержащей признаки нарушения требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в отсутствие законного представителя ООО «Омские городские СМИ» (ходатайство от 24.11.2020 вх. № 13079э)

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе 05.11.2020 Управлением Федеральной антимонопольной службы по Омской области выявлены факты распространения в выпусках № 40 (665) от 07.10.2020 и № 41 (666) от 14.10.2020 городской общественно-политической газеты «Вечерний Омск-Неделя» рекламы, содержащей признаки нарушения Федерального закона «О рекламе»:

1. На странице № 27 выпуска № 40 (665) от 07.10.2020 распространена реклама:

- «ОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МУЗЫКАЛЬНЫЙ ТЕАТР 31-81-27 10, сб, 11, вс, 18.00 (2 ч. 05 м.) ПЕСНИ НА ВСЕ ВРЕМЕНА. ПРОДОЛЖЕНИЕ Концерт в 2-х отделениях www.muzteatr-omsk.ru, kassy.ru Адрес театра: г. Омск, ул. 10 лет Октября, 2. Касса театра работает ежедневно, с 10.00 до 19.00. Тел. 31-81-27»;

- «Министерство культуры Омской области ОМСКИЙ ДРАМАТИЧЕСКИЙ ТЕАТР «ГАЛЕРКА» 10, сб, 18.00 11, вс, 18.00 ПРЕМЬЕРА А. Толстой ЛЕНТЯЙ Лирическая комедия в 2-х действиях Режиссер-постановщик: Владимир Витько Касса театра: 280-344, ул. Б. Хмельницкого, 236 Сайт: www.galerka-omsk.ru».

2. На странице № 27 выпуска № 41 (666) от 14.10.2020 распространена реклама: «15, чт, 19.00 Михаил Булгаков ДНИ ТУРБИНЫХ Пьеса в двух действиях. История о любви и счастье, которое вот-вот закончится... Режиссер- постановщик: Владимир Витько».

В соответствии с пунктом 1 статьи 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.

В пункте 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» установлено, что **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.

Пункт 3 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» содержит определение товара, согласно которому **товар** - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Вышеуказанная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку распространена в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования – концерт, спектакль.

Согласно части 10.1 статьи 5 Федерального 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» (далее - Федеральный закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»), без указания категории данной информационной продукции.

Статья 2 Федерального закона «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 момент фиксации распространяемая реклама вышеуказанных зрелищных мероприятий не содержала знака информационной продукции, что противоречит требованиям части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

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

Из выходных данных следует, что издателем городской общественно-политической газеты «Вечерний Омск-Неделя» является ООО «Омские городские СМИ».

На запрос Омского УФАС России ООО «Омские городские СМИ» представлена информация (вх. № 13014э от 23.11.2020), согласно которой «...действительно на странице № 27 выпуска № 40 (665) от 07.10.2020 и № 41(666) городской общественно-политической газеты «Вечерний Омск-Неделя» (далее по тексту – «Газета») разместило рекламу с нарушением требований Федерального закона «О рекламе».

Редакция Газеты всегда уделяет большое внимание соблюдению законодательства Российской Федерации о рекламе. Контроль осуществляется на всех стадиях процесса производства каждого номера...

...Однако переход на удаленный способ производства газеты в связи с необходимостью соблюдения мероприятий по борьбе с новой коронавирусной инфекцией внес свои коррективы в этот отлаженный процесс. Появились некоторые сбои из-за несогласованности действий работников, находящихся удаленно друг от друга. В результате и появились ошибки, о которых указано в Определении. Руководством редакции ведется непрерывная работа по адаптации рабочего процесса к новым условиям работы...».

На основании пункта 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» 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 «Омские городские СМИ» является рекламодателем.

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

Рассмотрев материалы дела, пояснения Общества, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нарушении ООО «Омские городские СМИ» требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы зрелищных мероприятий в выпусках № 40 (665) от 07.10.2020 и № 41 (666) от 14.10.2020 городской общественно-политической газеты «Вечерний Омск-Неделя».

Учитывая пояснения ООО «Омские городские СМИ» (вх. № 13079Э от 24.11.2020) о том, что в настоящее время нарушения устранены, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу об отсутствии необходимости в выдаче ООО «Омские городские СМИ» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу информационной продукции, распространенную ООО «Омские городские СМИ» (ИНН <...>, ОГРН <...>) на странице № 27 выпуска № 40 (665) от 07.10.2020 и № 41 (666) от 14.10.2020 городской общественно-политической газеты «Вечерний Омск-Неделя», ненадлежащей, нарушающей требования части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ООО «Омские городские СМИ» не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Омского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении.

Решение изготовлено в полном объеме 24 ноября 2020 года.

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

Председатель Комиссии<...>

Члены Комиссии: <...