

РЕШЕНИЕ № 06-06/03-2019

06 февраля 2019 года

по делу город Омск

№ 055/05/05-20/2019

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

председатель Комиссии – (...),

члены Комиссии: (...),

рассмотрев дело № 055/05/05-20/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения обществом с ограниченной ответственностью «Издательский дом «КВ», юридический адрес: 644024, г. Омск, ул. Думская, д. 7, оф.512, ИНН 5503041740, ОГРН 1025500749834 (далее - ООО «Издательский дом «КВ», Общество) в еженедельнике «Коммерческие вести» 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 присутствии представителя ООО «Издательский дом «КВ» (...)

УСТАНОВИЛА:

В адрес Омского УФАС России из Управления Роскомнадзора по Омской области (вх. № 11696э от 28.12.2018) поступила информация о проведении 27.12.2018 мониторинга печатного издания – еженедельника «Коммерческие вести», в ходе которого был выявлен факт размещения рекламы спектаклей с указанием знака информационной продукции «3+». В результате рассмотрения представленных материалов Омским УФАС России установлено, что в еженедельнике «Коммерческие вести» (свидетельство о регистрации ПИ № ТУ 55-00081 от 24.11.2008 учредитель, издатель, редакция: ООО «Издательский дом «КВ») № 49 (1375) от 26.12.2018 на странице 23 с указанием знака информационной продукции «3+» размещалась реклама спектаклей: - «Новый год в твоих руках» в ДК им. А.М. Малунцева; - «Время новогодних чудес» в Концертном зале; - «Новогодний переполох в стране сказок» в Органном зале; - «Как-то раз под Новый год» в БУК Омской области «Омский государственный драматический «Пятый театр».

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.

По определению (пункт 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») 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.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования – спектаклям учреждений культуры.

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.

Частью 1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» установлено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной.

Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются. Определением от 17.01.2019 Омским УФАС России в отношении рекламораспространителя - «Издательский дом «КВ» было возбуждено дело № 06-06/03-2019 по признакам нарушения части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», согласно которой 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 силу 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).

Согласно 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».

Рекламораспространитель (ООО «Издательский дом «КВ») зная о том, что к рекламе зрелищных мероприятий законодательством Российской Федерации установлено обязательное указание категории информационной продукции, должен был 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».

Однако в нарушение данной нормы размещенная реклама сопровождалась знаком информационной продукции «3+».

Изучив материалы дела, заслушав пояснения представителя ООО «Издательский дом «КВ», Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о необходимости переквалификации материалов дела, возбужденного по признакам нарушения части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» в отношении ООО «Издательский дом «КВ», на нарушение части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», поскольку Обществом была обозначена категория информационной продукции, но с обозначением «3+», не предусмотренным Федеральным законом «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

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

Таким образом, ООО «Издательский дом «КВ» нарушило требование части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы в газете «Коммерческие вести» № 49 (1375) от 26.12.2018.

Комиссия Омского УФАС России отмечает, что статья 38 Федерального закона «О рекламе» не устанавливает административной ответственность субъектов рекламной деятельности (рекламодатель, рекламораспространитель, рекламопроизводитель) за нарушение требований части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Учитывая тот факт, что размещение вышеуказанной рекламы носило разовый характер, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу об отсутствии необходимости в выдаче ООО «Издательский дом КВ» 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 «Издательский дом «КВ» (ИНН 5503041740, ОГРН 1015500749834) в еженедельнике «Коммерческие вести», не-надлежащей, нарушающей требования части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ООО «Издательский дом «КВ» не выдавать. Решение изготовлено в полном объеме 13 февраля 2019 года.

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