РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 054/05/5-1595/2019

Резолютивная часть решения оглашена «24» сентября 2019 г

Решение в полном объеме изготовлено «03» октября 2019 г. г. Новосибирск

Комиссия Новосибирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы И.В. Волохина,

члены Комиссии: Ю.В. Виногорова – главный специалист-эксперт отдела рекламы;

В.Ю. Строгин – главный специалист-эксперт отдела рекламы;

М.О. Хрипченко – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы;

рассмотрев дело № 054/05/5-1595/2019, возбужденное по признакам нарушения Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закона «О рекламе»), по факту отсутствия знака информационной продукции зрелищного мероприятия при размещении рекламы в журнале «City гид»,

в отсутствии:…

УСТАНОВИЛА:

В адрес Новосибирского УФАС России Управлением Роскомнадзора по Сибирскому федеральному округу переданы материалы (вх. № 6017 от 24.06.19) по факту отсутствия знака информационной продукции зрелищного мероприятия при размещении рекламы в журнале «City гид».

Как указывается в заявлении, в выпуске журнала «City гид» № 4 (100) от 30.04.2019г. на странице 31 размещена реклама зрелищного мероприятия «Кайф, Драйв и Карьера», без указания категории информационной продукции, транслируемой посредством зрелищного мероприятия.

В ответ на запрос Новосибирского УФАС России редакцией журнала «City гид» представлены документы и пояснения (вх. № 6946 от 19.07.19), согласно которым, рассматриваемая реклама размещалась на основании договора об информационном сотрудничестве от 15.03.2019г., заключенном между ООО Центр «Харизма» …и ООО «Медиа-пресс».

В соответствии с пояснениями главного редактор журнала «City гид…, рекламный макет был представлен ООО Центр «Харизма» … в готовом виде, без указания возрастных ограничений. Реклама размещалась в журнале, который выходит с указанием возрастной категории «16+», что, по мнению …. уже служит предупреждением и ограничением аудитории читателей младше 16 лет.

Рассмотрев имеющиеся материалы, Новосибирское УФАС России отмечает

следующее.

В соответствии с п.1 ст.3 Закона «О рекламе», 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 или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Объектом рекламирования может быть 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.

Рассматриваемая информация размещалась в выпуске журнала «City гид» № 4 (100) от 30.04.2019г. на странице 31, следующего содержания: «*Ирина Хакамада Кандидат экономических наук, доцент. Бизнес-тренер, общественный деятель, писатель, телеведущая. 27 июня Новосибирск / мастер-класс / КАЙФ, ДРАЙВ И КАРЬЕРА / Харизма Центр бизнес-мастерства charisma.ru +7 (383) 383-07-03*»

Рассматриваемая информация является рекламой, поскольку полностью соответствует определению рекламы. Объектом рекламирования выступает зрелищное мероприятие – мастер-класс «*КАЙФ, ДРАЙВ И КАРЬЕРА»,* проводимый указанным в рекламе спикером.

В силу **ч.10.1 ст.5 Закона «О рекламе»**, не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", без указания категории данной информационной продукции.

В соответствии с п.3 ст. 2 Закона № 436-ФЗ, 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.

Ч.1 ст. 12 Закона № 436-ФЗ установлено, что обозначение категории информационной продукции знаком информационной продукции и (или) текстовым предупреждением об ограничении распространения информационной продукции среди детей осуществляется ее производителем и (или) распространителем с указанием соответствующей категории, по классификации, предусмотренной ст. 12 указанного Закона.

В силу п. 5 ст. 2 Федерального закона от 29.12.2010 № 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", **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.

Поскольку объектом рекламирования в рассматриваемых случаях являются зрелищные мероприятия, рассматриваемая реклама должна сопровождаться указанием категории данной информационной продукции.

В силу ч. 3 ст. 6 Федерального закона от 29.12.2010 № 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", Классификация информационной продукции осуществляется в соответствии с требованиями настоящего 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, достигших возраста двенадцати лет;

4) информационная продукция для детей, достигших возраста шестнадцати лет;

5) информационная продукция, запрещенная для детей (информационная продукция, содержащая информацию, предусмотренную частью 2 статьи 5 настоящего Федерального закона).

Таким образом, в случае классификации зрелищного мероприятия по одной из указанных в Федеральном законе от 29.12.2010 № 436-ФЗ, реклама данного зрелищного мероприятия должна сопровождаться соответствующим знаком, указывающим категорию данной информационной продукции (0+, 6+, 12+, 16+).

При этом Федеральный закон «О рекламе» дает четкое понятие, что знак информационной продукции должен присутствовать именно **в рекламе** данной информационной продукции, а не просто относиться к источнику распространения данной рекламы.

Таким образом, требование о размещении знака категории информационной продукции должно соблюдаться в каждом отдельном случае размещения рекламы такой информационной продукции.

В рассматриваемом случае реклама зрелищного мероприятия «Кайф, Драйв и Карьера» не содержит указания категории данной информационной продукции, что является нарушением ч.10.1 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со ст. 38 Закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований ч. 10.1 ст. 5 Закона «О рекламе» несет рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии со Свидетельством о регистрации СМИ ПИ № ТУ 54-00297 от 10.12.2010г., учредителем журнала «City гид» является гражданка РФ ….

…. является учредителем и директором ООО «Медиа-пресс» (630007 г.Новосибирск улица Октябрьская, д. 42, ОГРН: 1105476061393, Дата присвоения ОГРН: 24.09.2010, ИНН: 5406644284).

В силу договора об информационном сотрудничестве от 15.03.2019г., заключенном между ООО Центр «Харизма» … и ООО «Медиа-пресс», ООО «Медиа-пресс» обязуется разместить информацию о мероприятии в формате рекламной полосы в журнале «City гид».

ООО «Медиа-пресс» и … не представлено документов о взаимоотношениях между Обществом и редакцией журнала «City гид». В то же время, …. являясь учредителем и директором ООО «Медиа-пресс», одновременно является учредителем и редактором журнала City гид». Таким образом, указанное должностное лицо действует как от имени и в интересах ООО «Медиа-пресс», так и от имени и в интересах журнала «City гид».

Исходя из материалов дела, ООО «Медиа-пресс» в рамках исполнения соглашения о сотрудничестве приняло макет рассматриваемой рекламы от ООО Центр «Харизма» … в готовом виде и осуществило распространение данной рекламы. Следовательно, ООО «Медиа-пресс» является рекламораспространителем рассматриваемой рекламы.

ООО «Медиа-пресс» не приняло все зависящие от него меры для недопущения распространения рекламы с нарушением требований Закона «О рекламе».

Кроме того, …., как учредитель СМИ «City гид», а также главный редактор журнала, также является рекламораспространителем рассматриваемой рекламы. В свою очередь, …. также не приняла все зависящие от нее меры для недопущения распространения рекламы с нарушением требований Закона «О рекламе».

Исходя из изложенного, действия ООО «Медиа-пресс», а также …. нарушили ч. 10.1 ст. 5 Закона «О рекламе».

Определение о возбуждении дела от 26.08.2019г. направлялось по адресу …. и по юридическому адресу ООО «Медиа-пресс» (630007 г.Новосибирск улица Октябрьская, д. 42). Отзыв на Определение … и ООО «Медиа-пресс» не представлен.

В соответствии с пп. 2, 3 ст. 54 Гражданского кодекса Российской Федерации, место нахождения юридического лица определяется местом его государственной регистрации на территории Российской Федерации путем указания наименования населенного пункта (муниципального образования). Государственная регистрация юридического лица осуществляется по месту нахождения его постоянно действующего исполнительного органа, а в случае отсутствия постоянно действующего исполнительного органа - иного органа или лица, уполномоченных выступать от имени юридического лица в силу закона, иного правового акта или учредительного документа, если иное не установлено законом о государственной регистрации юридических лиц.

В едином государственном реестре юридических лиц должен быть указан адрес юридического лица в пределах места нахождения юридического лица.

Юридическое лицо несет риск последствий неполучения юридически значимых сообщений (статья 165.1 ГК РФ), доставленных по адресу, указанному в едином государственном реестре юридических лиц, а также риск отсутствия по указанному адресу своего органа или представителя.

…, в соответствии с Отчетом об отслеживании почтовых отправлений с сайта Почты России (https://www.pochta.ru/tracking) получила Определение о возбуждении дела 12.09.2019г.

На основании изложенного, Новосибирским УФАС России были приняты все необходимые меры для надлежащего уведомления лиц о времени и месте рассмотрения данного дела.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия, руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» №38-ФЗ от 13 марта 2006г. и в соответствии с абз е) пункта 36, пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

1. Признать информацию, распространявшуюся в выпуске журнала «City гид» № 4 (100) от 30.04.2019г. на странице 31, следующего содержания: «*Ирина Хакамада Кандидат экономических наук, доцент. Бизнес-тренер, общественный деятель, писатель, телеведущая. 27 июня Новосибирск / мастер-класс / КАЙФ, ДРАЙВ И КАРЬЕРА / Харизма Центр бизнес-мастерства charisma.ru +7 (383) 383-07-03*», ненадлежащей рекламой,

   а **ООО «Медиа-пресс»** (630007 г.Новосибирск улица Октябрьская, д. 42, ОГРН: 1105476061393, Дата присвоения ОГРН: 24.09.2010, ИНН: 5406644284)

   и **…** <…>

нарушившими **ч.10.1 ст.5 Закона «О рекламе»**, согласно которой не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", без указания категории данной информационной продукции.

2. Выдать ООО «Медиа-пресс» предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.
3. Выдать … предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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