РЕШЕНИЕ № 06-06/04-2019

06 февраля 2019 года по делу

город Омск № 055/05/05-21/2019

Комиссия Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нару-шения законодательства Российской Федерации о рекламе

в составе: председатель Комиссии – (…),

члены Комиссии: (…) рассмотрев дело № 055/05/05-21/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения обществом с ограниченной ответственностью «СМИ 55», юридический адрес: 644122, г. Омск, ул. Кемеровская, д. 15, оф.701, ИНН 5503243665, ОГРН 1135543028290 (далее - ООО «СМИ 55», Общество) газете «Ваш Ореол» 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: (…)

УСТАНОВИЛА:

В адрес Омского УФАС России из Управления Роскомнадзора по Омской области (вх. № 11696 э от 28.12.2018) поступила информация о проведении 27.12.2018 мониторинга печатного издания – газеты «Ваш Ореол», 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 газете «Ваш Ореол» (свидетельство о регистрации ПИ № ТУ 55-00492, издатель: ООО «СМИ55») № 52 (1041) от 26.12.2018 на странице 10 с указанием знака информационной продукции «3+» размещалась реклама спектакля БУК Омской области «Омский государственный драматический «Пятый театр» «Как-то раз под Новый год».

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 - «СМИ 55» 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 информа-ции, 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).

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, дос-тигших 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, дос-тигших возраста двенадцати лет, - в виде цифры «12» и знака «плюс» и (или) тек-стового предупреждения в виде словосочетания «для детей старше 12 лет»;

4) применительно к категории информационной продукции для детей, дос-тигших 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 «СМИ 55») зная о том, что к рекламе зре-лищных 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 представителей Общества, Ко-миссия 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 «СМИ 55», на нарушение части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», поскольку Обществом была обозначена категория информационной продукции, но 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 «СМИ 55» нарушило требование части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы спектаклей в газете «Ваш Ореол» № 52 (1041) от 26.12.2018 на странице 10. 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 «СМИ 55» 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 «СМИ 55» (ИНН 5503243665, ОГРН 1135543028290) в газете «Ваш Ореол, ненадлежащей, нарушающей требования части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ООО «СМИ 55» 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.