РЕШЕНИЕ

по делу № 055/05/5-839/2021

02 сентября 2021 года

город Омск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее - Омское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии – <…>, врио заместителя руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии: <…>,

рассмотрев дело № 055/05/5-839/2021 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения бюджетным учреждением Омской области «Омская правда» (ОГРН 1025500975268, ИНН 5504040259, далее – БУ «Омская правда») рекламы, нарушающей требования пункта 1 части 2, пункта 1 части 3, части 11 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в отсутствие законного представителя БУ «Омская правда», извещенного надлежащим образом,

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Омским УФАС России выявлены факты распространения в газете «Омская правда» (свидетельство о регистрации ПИ № ТУ55-00097 от 25 февраля 2009 года) в выпусках № 27 (25 434) от 14 июля 2021 года, № 28 (25 435) от 21 июля 2021 года, № 30 (25 437) от 04.08.2021 года рекламы, содержащей признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»).

1. На странице № **7** в вышеуказанных выпусках газеты «Омская правда» размещена реклама зрелищных мероприятий:

- *автобусная экскурсия «ГОРОД С МУЖСКИМ ХАРАКТЕРОМ»*, **сопровождающаяся знаком информационной продукции «7+»** (выпуск № 27 (25 434) от 14 июля 2021 года);

- *велоэкскурсия по историческому центру Омска «КОЛЕСО ИСТОРИИ»*, **сопровождающаяся знаком информационной продукции «10+»** (выпуски № 28 (25 435) от 21 июля 2021 года и № 30 (25 437) от 04.08.2021 года).

Исходя из определения, данного в пункте 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 силу пункта 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.

Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи,

обмена или иного введения в оборот (пункт 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – зрелищным мероприятиям (автобусная экскурсия, велоэкскурсия).

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.

На основании 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) 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).

В силу 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»**.

Таким образом, рекламораспространитель 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».

Вместе с тем **реклама вышеуказанных зрелищных мероприятий** была **обозначена знаками информационной продукции «7+», «10+», отсутствующими в классификации, данной законодателем**, что противоречит требования части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», согласно которой при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

2. На странице № 23 в выпусках № 28 (25 435) от 21 июля 2021 года и № 30 (25 437) от 04.08.2021 года газеты «Омская правда» распространялась рекламная информация следующего содержания: *«СТРОИТЕЛЬНА БРИГАДА Изготовление и установка заборов, бань, сараев, дач. Внутренняя и внешняя отделка жилых и нежилых помещений. Выполняем кровельные и фасадные работы. Литье фундамента. Дорожки, отмостки. Качественно и надежно! 30%* ***Самые низкие цены*** *30% Пенсионерам скидки! Работаем с нашим материалом и материалом заказчика. Выезд мастера на замер бесплатный! 8-983-528-47-11 8-960-999-11-22 Артур *Подр. по тел.».*

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к строительной бригаде и оказываемым ей услугам.

Одновременно реклама содержит утверждение «*Самые низкие цены*».

В силу части 1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно пункту 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения **о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами**.

В пункте 29 постановления Пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 года № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» отмечено, что информация, содержащаяся в рекламе,

должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться **с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение**.

Данное объективное подтверждение может быть установлено победой в конкурсе, экспертным исследованием, независимой экспертизой, независимым опросом и т.д. Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

В вышеуказанной рекламе использовано утверждение *«Самые низкие цены»,* которое должно приводиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение. Вместе с тем, реклама, в нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не сопровождалась таким подтверждением.

Более того, в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами. В рассматриваемой рекламе содержится некорректное сравнение - сопоставление исключительности цен по отношению к другим участникам рынка (конкурентам). Некорректность сравнения цен с ценами на аналогичные товары (услуги), реализуемые другими продавцами, следует из того, что формируется общая оценка более выгодных условий оказания услуг перед конкурентами.

Использованное словосочетания *«Самые низкие цены»* предполагает, что рекламируемые таким способом товары (услуги) должны быть востребованы со стороны потребителей с точки зрения их низкой цены. Указанная реклама свидетельствует о том, что ни один другой участник рынка не имеет таких цен на рекламируемые товары.

Таким образом, в указанной рекламе усматриваются признаки нарушения требований пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно выходным данным издателем газеты «Омская правда» является БУ «Омская правда».

На запрос Омского УФАС России БУ «Омская правда» была представлена информация, согласно которой *«…Обозначение категории информационной продукции знаком, не соответствующим знакам, установленным Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» было размещено не умышленно. Макета с информацией о мероприятии поступили в редакцию с несоответствующими законодательству информационными знаками. Информация не была исправлена верстальщиком в связи с незнанием норм законодательства…*

2. В выпусках № 28 от 21 июля 2021 года, № 30 от 4 августа 2021 года газеты «Омская правда» на странице 23 размещена реклам строительных услуг. В указанной рекламе использовано утверждение «Самые низкие цены», не сопровождающееся указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Указанное нарушение законодательства допущено учреждением не умышленно. Не

осуществлен надлежащий контроль за содержанием размещаемой рекламы.

Редакцией проведены мероприятия по информированию работников редакции о необходимости соблюдения законодательства о рекламе.

***Договор на распространение рекламы в письменном виде не заключался**, оказание услуг по размещению рекламы осуществлялось по факту оплаты и согласования макета. Услуги по размещению рекламы оказывались физическому лицу <…>».*

При этом копия согласованного сторонами макета в адрес Омского УФАС России не представлена. Приложенные к ответу БУ «Омская правда» платежные поручения № 246396 от 19.07.2021 и № 53861 от 26.07.2021 не позволяют утверждать, что оплата была произведена именно за размещение вышеуказанной рекламы строительных услуг.

В соответствии с пунктом 6 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

В пункте 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» установлено, что рекламораспространитель - 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», БУ «Омская правда» является рекламораспространителем.

Кроме того, учитывая отсутствие доказательств того, что вышеуказанная реклама строительных услуг на странице № 23 в выпусках № 28 (25 435) от 21 июля 2021 года и № 30 (25 437) от 04.08.2021 года газеты «Омская правда» была размещена по заказу третьих лиц и согласована с ними, Комиссия Омского УФАС России полагает, что БУ «Омская правда» одновременно выступает и рекламопроизводителем в силу в силу пункта 6 статьи 3 Федерального закона «О рекламе».

При этом рекламопроизводитель на основании части 8 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6 и **7** настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нарушении БУ «Омская правда» требований пункта 1 части 2, пункта 1 части 3, части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы в газете «Омская правда» (выпуски № 27 (25 434) от 14 июля 2021 года, № 28 (25 435) от 21 июля 2021 года, № 30 (25 437) от 04.08.2021 года).

При этом Комиссия отмечает, что статья 38 Федерального закона «О рекламе» не устанавливает ответственность за нарушение части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» и не определяет субъекта ответственности за нарушение данной нормы.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы, в целях обеспечения реализации права потребителя на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства о рекламе.

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении

нарушения Федерального закона «О рекламе».

Учитывая, что у Омского УФАС России на момент рассмотрения настоящего дела отсутствуют доказательства, подтверждающие устранение нарушения в добровольном порядке, Комиссией Омского УФАС России принято решение о необходимости выдачи БУ «Омская правда» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь статьями 33, 36 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с пунктами 42-55 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать распространенную БУ «Омская правда» (ОГРН 1025500975268, ИНН 5504040259) рекламу:

- *«СТРОИТЕЛЬНА БРИГАДА Изготовление и установка заборов, бань, сараев, дач. Внутренняя и внешняя отделка жилых и нежилых помещений. Выполняем кровельные и фасадные работы. Литье фундамента. Дорожки, отмостки. Качественно и надежно! 30%* ***Самые низкие цены*** *30% Пенсионерам скидки! Работаем с нашим материалом и материалом заказчика. Выезд мастера на замер бесплатный! 8-983-528-47-11 8-960-999-11-22 Артур *Подр. по тел.»* (выпуски № 28 (25 435) от 21 июля 2021 года и № 30 (25 437) от 04.08.2021 года газеты «Омская правда») ненадлежащей, нарушающей требования пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»;

- *«автобусная экскурсия «ГОРОД С МУЖСКИМ ХАРАКТЕРОМ»*, **сопровождающуюся знаком информационной продукции «7+»** (выпуск № 27 (25 434) от 14 июля 2021 года) и *«велоэкскурсия по историческому центру Омска «КОЛЕСО ИСТОРИИ»*, **сопровождающуюся знаком информационной продукции «10+»** (выпуски № 28 (25 435) от 21 июля 2021 года и № 30 (25 437) от 04.08.2021 года), ненадлежащей, нарушающей требования части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать БУ «Омская правда» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

Решение изготовлено в полном объеме 06 сентября 2021 года.

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

Председатель Комиссии <…>

Члены Комиссии: <…>

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

по делу № 055/05/5-839/2021

02 сентября 2021 года
город Омск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее - Омское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии – <…>, врио заместителя руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии: <…>,

на основании своего решения от 02.09.2021 по делу № 055/05/5-839/2021 о признании рекламы, распространенной бюджетным учреждением Омской области «Омская правда» (ОГРН 1025500975268, ИНН 5504040259, далее – БУ «Омская правда»), ненадлежащей, нарушающей требования пункта 1 части 2, пункта 1 части 3, части 11 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, пунктом 3.59 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. БУ «Омская правда» (ОГРН 1025500975268, ИНН 5504040259) **в течение семи рабочих дней** с момента получения настоящего предписания прекратить нарушение требований:

- **пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Федеральный закон «О рекламе»**, а именно: сопровождать рекламу строительных услуг: *«СТРОИТЕЛЬНА БРИГАДА Изготовление и установка заборов, бань, сараев, дач. Внутренняя и внешняя отделка жилых и нежилых помещений. Выполняем кровельные и фасадные работы. Литье фундамента. Дорожки, отмостки. Качественно и надежно! 30%* ***Самые низкие цены*** *30% Пенсионерам скидки! Работаем с нашим материалом и материалом заказчика. Выезд мастера на замер бесплатный! 8-983-528-47-11 8-960-999-11-22 Артур *Подр. по тел.»* указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение цен и который имеет объективное подтверждение, либо прекратить ее распространение;

- части 11 статьи 5 Федеральный закон «О рекламе», а именно: сопровождать рекламу зрелищных мероприятий *«автобусная экскурсия «ГОРОД С МУЖСКИМ ХАРАКТЕРОМ» и «велоэкскурсия по историческому центру Омска «КОЛЕСО ИСТОРИИ»* знаками информационной продукции в соответствии с требованиями части 1 статьи 12 Федерального закона от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

2. БУ «Омская правда» представить в Омское УФАС России доказательства исполнения настоящего предписания **в течение трех рабочих дней** с момента его исполнения.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Омское УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии<…>

Члены Комиссии: <…>