ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

УПРАВЛЕНИЕ

по Кировской области

ул. К.Либкнехта, 55, г. Киров, 610020

тел. (8332) 64-73-31, факс (8332) 64-96-26

e-mail: to43@fas.gov.ru

№

на № от

Управление Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Кировской области

(Управление Роскомнадзора по Кировской области)
610001, г. Киров, ул. Комсомольская, д. 43
rsoc43@rkn.gov.ru

ООО «Иван да Марья»
ИНН 4345440874, ОГРН 1164350059037

Юридический адрес:
610017, г. Киров,
ул. Горбачева, д. 62, офис 408
ts254565@yandex.ru

РЕШЕНИЕ

по делу № 043/05/5-125/2020

г. Киров

Резолютивная часть решения оглашена 04 августа 2020 года.

В полном объеме решение изготовлено 04 августа 2020 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

председателя Комиссии – <...> – и.о. руководителя управления,

членов Комиссии – <...> – главного специалиста-эксперта отдела финансовых

рынков и рекламы Кировского УФАС России, <...> – специалиста 1 разряда отдела финансовых рынков и рекламы Кировского УФАС России,

в отсутствие заявителя – Управления Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Кировской области, заявившего ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие представителя,

в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «Иван да Марья»,

рассмотрев дело № 043/05/5-125/2020, возбужденное по признакам нарушения ООО «Иван да Марья» части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», по факту распространения рекламы зрелищных мероприятий без знака информационной продукции в журнале «The Trendsetter» в выпусках за ноябрь/декабрь 2019 №8 и октябрь 2019 №7,

УСТАНОВИЛА:

в Кировское УФАС России поступило обращение Управления Роскомнадзора по Кировской области от 20.01.2020 исх. №363-05/43 (вх. №432 от 27.01.2020) по вопросу размещения рекламы зрелищных мероприятий в СМИ «The Trendsetter» (ООО «Иван да Марья», ИНН 4345440874) в выпусках за ноябрь/декабрь 2019 №8 и октябрь 2019 №7, нарушающей, по мнению заявителя, Федеральный закон от 12.03.2006 №38 – ФЗ «О рекламе» (далее Федеральный закон «О рекламе»).

Определением от 14.02.2020 было возбуждено дело № 043/05/5-125/2020 в отношении ООО «Иван да Марья» по признакам нарушения части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе». Рассмотрение дела назначено на 11.03.2020.

Определением от 11.03.2020 рассмотрение дела отложено на 20.04.2020 года в связи с необходимостью получения документов от ООО «Иван да Марья» для рассмотрения дела по существу и надлежащего уведомления лиц, участвующих в деле, о дате, времени и месте рассмотрения дела № 043/05/5-125/2020.

Определением от 20.04.2020 рассмотрение дела отложено на 14.05.2020 года в связи с удовлетворением ходатайства ООО «Иван да Марья» и необходимостью получения документов для рассмотрения дела № 043/05/5-125/2020 по существу.

Определением от 14.05.2020 рассмотрение дела отложено на 23.06.2020 года в связи с необходимостью получения документов от ООО «Иван да Марья» для рассмотрения дела по существу и надлежащего уведомления лиц, участвующих в деле, о дате, времени и месте рассмотрения дела № 043/05/5-125/2020.

Определением от 23.06.2020 рассмотрение дела отложено на 04.08.2020 года в связи с необходимостью получения запрашиваемых документов от ООО «Иван да Марья», а также надлежащего уведомления лиц, участвующих в деле, о дате, времени и месте рассмотрения дела № 043/05/5-125/2020.

На заседание комиссии, состоявшееся 04.08.2020, ответчик – ООО «Иван да Марья», надлежащим образом извещенный о дате, времени и месте рассмотрения дела, направил законного представителя – <...>, ходатайств не заявлял, нарушение рекламного законодательства признал, а также пояснил, что запрашиваемые документы представить невозможно в связи с тем, что переписка с рекламодателями, определившими содержание вышеуказанной рекламы о зрелищных мероприятиях «*Time to dance»* и *«Eco Fashion Day»* удалена.

Комиссия Кировского УФАС России, рассмотрев материалы дела, заслушав пояснения законного представителя ООО «Иван да Марья», пришла к следующим выводам.

В соответствии с положениями, установленными пунктом 1 статьи 3 Федерального 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», 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.

В печатном издании – журнале «The Trendsetter» размещена информация о зрелищных мероприятиях, следующего содержания:

- *«Ю. Ювента. Школа танцев. Time to dance. Когда танцую…я живу. 29.12.2019 в ДК Родина. www.ювента.рф. +7(8332)699-622. (+3)»* (выпуск за ноябрь/декабрь 2019 года №8);

- *«Eco Fashion Day 12.10.2019. Start 18:00. Юбилейный. ЛиСа. Люди и связи. Коммуникационное агенство. «Gaudi» Володарского 103А»* (выпуск за октябрь 2019 №7).

Указанная информация содержит все юридически значимые признаки рекламы, установленные статьей 3 Федерального закона «О рекламе»:

- распространена посредством размещения на страницах печатного издания – журнала «The Trendsetter» – средства массовой информации, специализирующегося на рекламе;

- адресована неопределенному кругу лиц – читателям журнала «The Trendsetter»;

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования: зрелищным мероприятиям «*Time to dance. Когда танцую…я живу. 29.12.2019 в ДК Родина», «Eco Fashion Day 12.10.2019. Start 18:00»* посредством формирования и поддержания интереса к данным мероприятиям.

В силу части 1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» реклама должна быть

добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с частью 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.

Согласно пункту 4 статьи 2 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» информационная безопасность детей – это состояние защищенности, при котором отсутствует риск, связанный с причинением информацией вреда их здоровью и/или физическому, психическому, духовному, нравственному развитию.

Под зрелищным мероприятием в соответствии с пунктом 3 статьи 2 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» понимается 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.

Под информационной продукцией согласно пункту 5 статьи 2 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» понимаются 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, и информация, размещаемая в информационно-телекоммуникационных сетях (в том числе в сети Интернет) и сетях подвижной радиотелефонной связи.

Соответственно, требование об указании в рекламе категории информационной продукции распространяется на рекламу зрелищных мероприятий, размещенную в журнале «The Trendsetter» в выпуске за ноябрь/декабрь 2019 года №8 – «*Time to dance»*, в выпуске за октябрь 2019 №7 – *«Eco Fashion Day»*, и подпадающую под понятие информационной продукции.

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:

- применительно к категории информационной продукции для детей, не достигших возраста шести лет, – в виде цифры «0» и знака «плюс»;

- 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»;

- 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»;

- 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»;

- 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».

Поскольку события «*Time to dance»* и *«Eco Fashion Day»* являются зрелищными мероприятиями, при распространении рекламы данных мероприятий должны соблюдаться требования Федерального закона «О рекламе», в том числе в части указания надлежащей категории информационной продукции, согласно установленным Федеральным законом от «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

Как следует из документов, представленных в материалы дела Управлением Роскомнадзора по Кировской области от 20.01.2020 исх № 363-05/43 (вх. № 432 от 27.01.2020), реклама зрелищного мероприятия *«Time to dance»*, размещенная в выпуске журнала «The Trendsetter» за ноябрь/декабрь 2019 №8, содержит ненадлежащий знак информационной продукции «3+», реклама зрелищного мероприятия *«Eco Fashion Day»*, размещенная в вышеуказанном журнале в выпуске за октябрь 2019 №7, знака информационной продукции не содержит.

Таким образом, реклама зрелищных мероприятий *«Time to dance»* и *«Eco Fashion Day»* не содержит знаков информационной продукции, предусмотренных частью 1 статьи 12 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» в связи с чем нарушаются положения части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламораспространитель.

В соответствии с пунктом 8 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» под рекламораспространителем понимается лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно материалам, предоставленным Управлением Роскомнадзора по Кировской области от 20.01.2020 исх № 363-05/43 (вх. № 432 от 27.01.2020) журнал «The Trendsetter» является средством массовой информации (регистрационный номер от 22.10.2018 серия ПИ № ТУ 43 – 00683). Учредителем средства массовой информации «The Trendsetter» является ООО «Иван да Марья» (ИНН 4345440874, ОГРН 116435005903).

Согласно информации, представленной главным редактором журнала «The Trendsetter» (вх. 919 от 13.02.2020) реклама зрелищных мероприятий *«Time to dance»* и *«Eco Fashion Day»* была размещена на страницах печатного издания в рамках информационного партнерства журнала с организаторами мероприятий, макеты присылались в готовом виде.

Исходя из содержания рекламы, её расположения и оформления, информации о субъекте, осуществляющим деятельность в качестве средства массовой информации, Комиссия Кировского УФАС России приходит к выводу, что рекламораспространителем спорной рекламы, исходя из понятия, установленного статьей 3 Федерального закона «О рекламе», является ООО «Иван да Марья» (ИНН 4345440874, ОГРН 116435005903), которое несет ответственность за нарушение требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Порядок выдачи антимонопольным органом предписаний о прекращении нарушения требований законодательства Российской Федерации о рекламе установлен Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508 (далее – Правила).

Согласно пункту 44 Правил при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу, обязанному устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Учитывая тот факт, что период размещения рассматриваемой рекламы ограничен сроком проведения зрелищных мероприятий *«Time to dance»* и *«Eco Fashion Day»,* комиссия решила не выдавать ООО «Иван да Марья» предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Комиссия считает необходимым передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении ООО «Иван да Марья» и его должностного лица.

Руководствуясь статьями 1, 3, 21 и 38 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, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия Кировского УФАС России

Р Е Ш И Л А:

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: *«Ю. Ювента. Школа танцев. Time to dance. Когда танцую…я живу. 29.12.2019 в ДК Родина. www.ювента.рф. +7(8332)699-622. (+3)»* (выпуск за ноябрь/декабрь 2019 года №8); *«Eco Fashion Day 12.10.2019. Start 18:00. Юбилейный. ЛиСа. Люди и связи. Коммуникационное агенство. «Gaudi» Володарского 103А»* (выпуск за октябрь 2019 №7), размещенную в журнале «The Trendsetter», так как она противоречит требованиям части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 - ФЗ «О рекламе».

2. Предписание об устранении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ООО «Иван да Марья» (ИНН 4345440874; ОГРН 1164350059037) не выдавать.

3. Передать материалы уполномоченному должностному лицу Кировского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении ООО «Иван да Марья» (ИНН 4345440874; ОГРН 1164350059037) и должностного лица.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии