

РЕШЕНИЕ

09 сентября 2020 года
Липецк

г.

Резолютивная часть решения объявлена 08 сентября 2020 года.

Решение в полном объеме изготовлено 09 сентября 2020 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

<...>

при рассмотрении дела № 048/05/5-728/2020, возбужденного по признакам нарушения ч. 10.1 ст. 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) обществом с ограниченной ответственностью «Интерсвязьсервис» (<...>) (далее – ООО «Интерсвязьсервис»),

в присутствии:

представителя лица, в чьих действиях содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе ООО «Интерсвязьсервис» - <...> (по доверенности),

УСТАНОВИЛА:

В Липецкое УФАС России поступило обращение Управления Роскомнадзора по Липецкой области о признаках нарушения рекламного законодательства в действиях ООО «Интерсвязьсервис».

Согласно обращению ООО «Интерсвязьсервис» осуществляет деятельность на основании Лицензии на осуществление радиовещания от 30.10.2012 № 22219 в г. Липецке и осуществляет радиовещание телеканалов «Я Слушаю» и «Русское Радио».

13.07.2020 г. на «Русском Радио» распространялась информация

следующего содержания: «HILLPARK AQUA представляет серию летних вечеринок AQUA LOVE TUSESSION каждую пятницу незабываемые эмоции, интересные знакомства и жаркие танцы. За вертушками зажигательные диджеи. А в субботу Олег Миронцев приглашает на атмосферные вечера «Музыкантам не наливать». Море удовольствия и живой музыки гарантируется. Встречаемся каждую пятницу и субботу в HILLPARK AQUA. После 20 часов вход бесплатный. Теплый бассейн бесплатно. Лайнап в группе HILLPARK ВКонтакте и на сайте Липецкой радиогруппы. Без возрастных ограничений».

Статья 1 Закона о рекламе в числе целей данного Федерального закона устанавливает, в том числе, реализацию права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Согласно п. 1 ст. 3 Закона 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 и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

п. 2 ст. 3 Закона о рекламе говорит, что 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.

Как указано в Постановлении Конституционного Суда Российской Федерации от 04.03.1997 №4-П, реклама рассматривается законодателем как средство продвижения товаров, работ услуг на общий рынок Российской Федерации.

Одним из важнейших условий размещения рекламы является то, что реклама должна быть распознаваема потребителями непосредственно в момент её представления независимо от формы или от используемого средства распространения.

При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями (Постановление Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 8

октября 2012 г. № 58

О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»).

Таким образом, информация, следующего содержания: «HILLPARK AQUA представляет серию летних вечеринок AQUA LOVE TUSESSION каждую пятницу незабываемые эмоции, интересные знакомства и жаркие танцы. За вертушками зажигательные диджеи. А в субботу Олег Миронцев приглашает на атмосферные вечера «Музыкантам не наливать». Море удовольствия и живой музыки гарантируется. Встречаемся каждую пятницу и субботу в HILLPARK AQUA. После 20 часов вход бесплатный. Теплый бассейн бесплатно. Лайнап в группе HILLPARK ВКонтакте и на сайте Липецкой радиогруппы. Без возрастных ограничений», соответствует понятию, изложенному в ст. 3 Закона о рекламе и является рекламной.

В соответствии с частью 10.1 статьи 5 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», без указания категории данной информационной продукции.

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 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.

Согласно пункту 3 статьи 2 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», зрелищное мероприятие - это 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.

В рекламном блоке привлекается внимание, в том числе, к серии вечеринок AQUA LOVE TUSESSION, которые подпадают под понятие зрелищного мероприятия.

Согласно пункту 5 части 4 статьи 11 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», оборот информационной продукции, содержащей информацию, причиняющую вред здоровью и (или) развитию детей, без знака информационной продукции не допускается, за исключением периодических печатных изданий, специализирующихся на распространении информации общественно-политического или производственно-практического характера.

В рассматриваемой рекламе имеется маркировка информационной продукции «без возрастных ограничений».

Вместе с тем, к обращению приложены доказательства, свидетельствующие, что мероприятие AQUA LOVE TUSESSION имеет возрастное ограничение 18+.

Поскольку на официальном сайте семейного комплекса HILLPARK <https://hillparktut.ru/> мероприятию организатором AQUA LOVE TUSESSION присвоена категория 18+, следовательно, в рассматриваемой рекламе отсутствует категория информационной продукции.

Указание ненадлежащей категории не может рассматриваться как ее наличие.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе, рекламодатель несет ответственность за нарушение ч. 10.1 ст. 5 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В рассматриваемом случае рекламодателем является ООО «Интерсвязьсервис».

В связи с наличием признаков нарушения рекламного законодательства в рассматриваемой рекламе, Липецким УФАС России было возбуждено дело № 048/05/5-728/2020.

В ходе рассмотрения дела, от ООО «Интерсвязьсервис» поступили письменные пояснения, в соответствии с которыми факт распространения рекламы без категории 18+ не отрицается. При этом общество отмечает, что указанная реклама была распространена по ошибке, виновное лицо привлечено к дисциплинарной ответственности.

Кроме того, <...> пояснил, что произошла склейка двух разных рекламных роликов: ролик мероприятия AQUA LOVE TUSESSION, которое имеет возрастное ограничение 18+, и мероприятия «Музыкантам не наливать», с возрастным ограничением 0+.

Частью 6 статьи 11 Федерального закона от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» установлено, в том числе, что в случае демонстрации нескольких видов информационной продукции для детей разных возрастных категорий указанный знак должен соответствовать информационной продукции для детей старшей возрастной категории.

Таким образом, Комиссия Липецкого УФАС России приходит к выводу о наличии нарушения части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе в рекламе, следующего содержания: «HILLPARK AQUA представляет серию летних вечеринок AQUA LOVE TUSESSION каждую пятницу незабываемые эмоции, интересные знакомства и жаркие танцы. За вертушками зажигательные диджеи. А в субботу Олег Миронцев приглашает на атмосферные вечера «Музыкантам не наливать». Море удовольствия и живой музыки гарантируется. Встречаемся каждую пятницу и субботу в HILLPARK AQUA. После 20 часов вход бесплатный. Теплый бассейн бесплатно. Лайнап в группе HILLPARK ВКонтакте и на сайте Липецкой радиогруппы. Без возрастных ограничений».

Представитель общества отметил, что рассматриваемая реклама распространялась единожды, нарушение было обнаружено и устранено рекламораспространителем в максимально короткие сроки.

Проанализировав имеющиеся в деле доказательства, в результате совещания, руководствуясь пунктом 1 части 2 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 ненадлежащей рекламу, следующего содержания: «HILLPARK AQUA представляет серию летних вечеринок AQUA LOVE TUSESSION каждую пятницу незабываемые эмоции, интересные знакомства и жаркие танцы. За вертушками зажигательные диджеи. А в субботу Олег Миронцев приглашает на атмосферные вечера «Музыкантам не наливать». Море удовольствия и живой музыки гарантируется. Встречаемся каждую пятницу и субботу в HILLPARK AQUA. После 20 часов вход бесплатный. Теплый бассейн бесплатно. Лайнап в группе HILLPARK ВКонтакте и на сайте Липецкой радиогруппы. Без возрастных ограничений», т.к. нарушена ч. 10.1 ст. 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», рекламодателем которой является общество с ограниченной ответственностью «Интерсвязьсервис» (<...>).

2. Не выдавать ООО «Интерсвязьсервис» предписание об устранении нарушения законодательства о рекламе, в связи с прекращением распространения ненадлежащей рекламы.

3. Передать материалы дела для решения вопроса о возбуждения дела об административном правонарушении в отношении лиц, допустивших нарушение рекламного законодательства Российской Федерации.