

## РЕШЕНИЕ

по делу № 055/05/5-611/2019

15 августа 2019 года  
Омск

город

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 – (...),

члены Комиссии: (...),

рассмотрев дело № 055/05/5-611/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения на сайте [www.om1.ru](http://www.om1.ru) обществом с ограниченной ответственностью «Омск 1», адрес места нахождения: 644043, г. Омск, ул. Ленина, д. 8, кв. 5, ИНН 5507231011, ОГРН 1125543032284 (далее - ООО «Омск 1») 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 представителя лица, в действиях которого усматриваются признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – (..)

### УСТАНОВИЛА:

В результате мониторинга сети Интернет на предмет соблюдения законодательства Российской Федерации о рекламе специалистом Омского УФАС России установлен факт распространения на сайте [www.om1.ru](http://www.om1.ru) посредством сменяющихся баннеров информации следующего содержания:

- «С 1 июня Омский цирк +7 (3812) 34-36-36 [www.circus-omsk.ru](http://www.circus-omsk.ru) Белое шоу»;

- «с участием артистов Московского цирка Никулина на Цветном бульваре».

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама - это 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» объектом рекламирования является 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.

Под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (пункт 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

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 № 436-ФЗ) 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.

Распространенная информация отвечает всем признакам рекламы: распространена в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – зрелищному мероприятию («Белое шоу»), формирование и поддержание интереса к нему, продвижение его на рынке.

На момент фиксации в рекламе зрелищного мероприятия отсутствовал знак информационной продукции, что является нарушением 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 от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», без указания категории данной информационной продукции.

По определению (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно выходным данным сайт [www.om1.ru](http://www.om1.ru) зарегистрирован как сетевое издание Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных

технологий и массовых коммуникаций (свидетельство о регистрации СМИ Эл № ФС77-62660 от 10.08.2015).

Учредителем сетевого издания «Om1.ru» (Om1.py) является ООО «Омск 1».

В соответствии с информацией, размещенной на официальном сайте АО «РСИЦ», администратором доменного имени om1.ru является ООО «Омск 1» (обозначение на сайте «LLC «Omsk1»).

В силу части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Исходя из определения, данного в пункте 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», ООО «Омск 1» является рекламодателем - лицом, осуществляющим распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Определением Омского УФАС России от 23.07.2019 в отношении рекламодателя – ООО «Омск 1» возбуждено дело по признакам нарушения части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

По вышеуказанному факту нарушения законодательства о рекламе ООО «Омск 1» представило пояснения, согласно которым:

- «...указанная реклама распространялась на сайте [www.om1.ru](http://www.om1.ru) в виде рекламного баннера, где указана ссылка для перехода на страницу официального сайта [www.circus-omsk.ru](http://www.circus-omsk.ru), на котором сообщалась дополнительная информация, где указаны все необходимые возрастные категории...» (вх. 6755 э от 02.07.2019);

- «В соответствии с положением о Роскомнадзоре от 16.03.2009 N 228, последний является компетентным органом. Вместе с тем, отмечаем, что действующее законодательство не содержит обязанность, сетевое издание указывать в каждой рекламе возрастную категорию в соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", полагаем целесообразно принимать во внимание рекомендации компетентных органов»;

- «Обществом в данный момент все действия прекращены, информационный рекламный баннер «Московского цирка Никулина на Цветном бульваре» снят с публикации, а вся необходимая которая должна быть размещена в выходных данных, Обществом размещена...» (вх. № 8301 от 14.08.2019).

При рассмотрении настоящего дела установлено следующее.

Факт распространения рекламы зафиксирован (справка о проведении мониторинга от 13.06.2019) и не оспаривается ООО «Омск 1».

1. Довод ООО «Омск 1» о том, что рекламный баннер содержит активную ссылку, после перехода по которой потребитель попадает на сайт организации (цирка), не

может быть принят во внимание, исходя из следующего.

Реклама о проведении в цирке Белого шоу, размещенная на сайте [www.om1.ru](http://www.om1.ru), направлена на привлечение внимания потребителей к зрелищному мероприятию, следовательно, должна распространяться с соблюдением требований 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Наличие у потребителей рекламы потенциальной возможности получить необходимую информацию, пройдя по ссылке на официальный сайт организатора мероприятия, не освобождает рекламодателя от исполнения требований, предусмотренных статьей 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Сайт [www.om1.ru](http://www.om1.ru) зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) как сетевое издание, соответственно, подлежит возрастной классификации в соответствии с требованиями Федерального закона № 436-ФЗ.

Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций были подготовлены и опубликованы Рекомендации средствам массовой информации по применению Федерального закона от 29.12.2010 № 436-ФЗ.

Рекомендации по исполнению указанного Закона касаются вопросов маркирования информационной продукции в теле- и радиопрограммах, печатных и сетевых СМИ, информационных агентствах, электронных периодических изданиях, распространяемых на электронных носителях.

В Рекомендациях, в частности указано, что при производстве и распространении сетевых изданий знак информационной продукции указывается на главной странице сетевого издания и должен соответствовать самой старшей возрастной категории информационной продукции, распространяемой в данном выпуске.

В соответствии с частью 3 статьи 6 Федерального закона № 436-ФЗ 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).

Согласно пункту 1 части 1 статьи 12 Федерального закона № 436 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 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».

Согласно пояснениям ООО «Омск 1» знаком информационной продукции 18+ маркируется информационная продукция сетевого издания Om1.ru.

Вместе с тем указание знака информационной продукции с обозначением категории этой продукции на страницах сайта [www.om1.ru](http://www.om1.ru) не может свидетельствовать о надлежащем соблюдении рекламодателем положений части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», поскольку в силу данной нормы реклама информационной продукции иных субъектов (рекламодателей) требует отдельного размещения знака информационной продукции в каждом случае размещения такой рекламы.

Таким образом, рассмотрев материалы дела, заслушав пояснения, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нарушении ООО «Омск 1» требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы зрелищного мероприятия на сайте [www.om1.ru](http://www.om1.ru).

Учитывая пояснения Общества о том, что в настоящее время реклама не распространяется, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нецелесообразности в выдаче ООО «Омск 1» 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 «С 1 июня Омский цирк +7 (3812) 34-36-36 [www.circus-omsk.ru](http://www.circus-omsk.ru) Белое шоу», «с участием артистов Московского цирка Никулина на Цветном бульваре», распространенную 13.06.2019 ООО «Омск 1» (ИНН 5507231011, ОГРН 1125543032284) на сайте [www.om1.ru](http://www.om1.ru), ненадлежащей, нарушающей требования части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ООО «Омск 1» не выдавать.

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

Решение изготовлено в полном объеме 21 августа 2019 года.

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