РЕШЕНИЕ

по делу № 055/05/5-477/2019

26 июня 2019 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 – (…),

члены Комиссии: (…),

рассмотрев дело № 055/05/5-477/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения индивидуальным предпринимателем (…) 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: лица, в действиях которого усматриваются признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – ИП (…),

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе 14.02.2019 специалистом Омского УФАС России был выявлен факт распространения около дома № 54 по ул. Ленина в г. Омске информации следующего содержания: *«ЧЕРНЫЙ ОБЕЛИСК Презентация нового альбома 7 апреля в 19:00 Рок-бар Викинг Карла Маркса 18 к.7 тел.: 63-99-28 единое билетное пространство kassy.ru*

404 000».

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 обладает всеми ее признаками – распространена наружным способом, в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к музыкальной группе «Черный обелиск» и презентации ее нового альбома.

В указанной рекламе усматриваются признаки 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 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.

По информации ООО «Городские зрелищные кассы» (вх. № 3603 от 09.04.2019), организатором презентации альбома группы «Черный обелиск» является ИП (…).

Факт распространения вышеуказанной рекламы был подтвержден ИП (…) в пояснениях от 29.04.2019.

Определением от 13.06.2019 Омским УФАС России в отношении него было возбуждено дело по признакам нарушения требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В ответ на определение о возбуждении дела ИП (…) были даны пояснения (вх. № 6335 от 21.06.2019), согласно которым «*в рекламном материале концерта «Черный обелиск Презентация нового альбома 7 апреля в 19:00 Рок-бар Викинг Карла Маркса 18 к.7» не было указано возрастное ограничение. По данному факту могу пояснить следующее: Данный концерт не предполагает возрастных ограничений. То есть несет маркировку «0+», что фактически приравнивается к отсутствию маркировки, по причине отсутствия возрастных ограничений на данное мероприятие, как таковых».*

Комиссия Омского УФАС России не может согласиться с вышеуказанным доводом ввиду следующего.

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) 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.

Комиссией Омского УФАС России установлено, что рекламная информация о проведении 07.04.2019 презентации альбома музыкальной группы «Черный обелиск» направлена на привлечение внимания зрителей и поклонников к рекламируемому мероприятию.

Следовательно, информация, распространенная посредством данного зрелищного мероприятия, является информационной продукцией, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона № 436-ФЗ.

В соответствии с частью 3 статьи 6 Федерального закона № 436 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 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, информационная продукции (презентация альбома группы «Черный обелиск») должна быть обозначена знаком информационной продукции. Вместе с тем такой знак в рекламе отсутствовал.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Исходя из данного определения, ИП (…) является рекламораспространителем.

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

На основании изложенного, рассмотрев материалы дела, заслушав пояснения, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нарушении ИП (…) требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы информационной продукции группы «Черный обелиск».

Учитывая тот факт, что реклама носила разовый характер, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нецелесообразности выдачи 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 *«ЧЕРНЫЙ ОБЕЛИСК Презентация нового альбома 7 апреля в 19:00 Рок-бар Викинг Карла Маркса 18 к.7 тел.: 63-99-28 единое билетное пространство kassy.ru 404 000»*, распространенную ИП (…) 14.02.2019, ненадлежащей, нарушающей требования части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ИП (…) не выдавать.

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

Решение изготовлено в полном объеме 28 июня 2019 года.

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