

## РЕШЕНИЕ

по делу № 06-06/09-2017

22 марта 2017 года

город Омск

Комиссия Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рассмотрев дело № 06-06/09-2017 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения обществом с ограниченной ответственностью «Омск 1» (далее - ООО «Омск 1») в сетевом издании «Om1.ru» (Om1.ru) на сайте [www.om1.ru](http://www.om1.ru) рекламы, содержащей признаки нарушения требований части 10.1 статьи 5, статей 8 и 9 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в отсутствие представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «Омск 1» (ИНН 5507231011, ОГРН 1125543032284, местонахождение: 644042, г. Омск, Бульвар Победы, д. 3, кв. 2), извещенного надлежащим образом,

### УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе специалистами Омского УФАС России был проведен осмотр интернет-сайта [www.om1.ru](http://www.om1.ru), в результате которого были выявлены следующие факты распространения рекламы, содержащей признаки нарушения Федерального закона «О рекламе».

1. Части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

На сайте [www.om1.ru](http://www.om1.ru) размещена реклама информационной продукции, в том числе радиоканала «Русское радио» (на главной странице <http://www.om1.ru/>), фильмов «Конг: Остров черепа» (на электронной странице <http://www.om1.ru/afisha/cinema/2238/>), «Бэтмен» (на электронной странице <http://www.om1.ru/afisha/cinema/2241/>), «Защитники» (на электронной странице <http://www.om1.ru/afisha/cinema/2225/>).

В данной рекламе отсутствует указание на категорию 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».

В соответствии с пунктом 5 статьи 2 Федерального закона «О защите детей от

информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» 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.

Согласно части 10.1. статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального [закона](#) «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», без указания категории данной информационной продукции.

## 2. Статьи 8 Федерального закона «О рекламе».

На электронных страницах <http://www.om1.ru/catalog/food/>; <http://www.om1.ru/gurman/house/> в разделе «Доставка еды» рубрики «Еда» размещена реклама заведений г. Омска, реализующих свою продукцию дистанционным способом («Зебры», «Чайный путь», «Пекарушка», «Японский домик», «ШашлычОК» и др.; доставка здорового питания «Диет-сервис»).

Информация о доставке еды и напитков подпадает под понятие дистанционного способа продажи товаров, следовательно, в такой рекламе должна быть указана информация, предусмотренная статьей 8 Федерального закона «О рекламе».

Согласно статье 8 Федерального закона «О рекламе» в рекламе товаров при дистанционном способе их продажи должны быть указаны сведения о продавце таких товаров: наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

В рекламе услуг по доставке еды и напитков, размещенной на сайте [www.om1.ru](http://www.om1.ru), информация о продавцах товаров отсутствует.

## 3. Статьи 9 Федерального закона «О рекламе».

В разделах рубрики «Афиша» в виде статичного баннера размещена реклама «Киноцентр Галактика Большой розыгрыш. Купи комбо набор с 16 января по 17 марта. Выиграй суперприз и много других призов. Финальный розыгрыш 18 марта 16:00. Пр. Маркса, 67А т. 453453».

Содержащаяся в указанной рекламе информация подпадает под понятие стимулирующего мероприятия, следовательно, в рекламе такого мероприятия должна присутствовать информация, предусмотренная статьей 9 Федерального закона «О рекламе», согласно которой в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должны быть указаны:

1) сроки проведения такого мероприятия;

2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

В данной рекламе сведения об источнике информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения отсутствуют.

Oml.ru (зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) как сетевое издание ([свидетельство о регистрации СМИ Эл № ФС77-62660 от 10 августа 2015 года](#)).

В соответствии с указанным свидетельством учредителем сетевого издания Oml.ru является ООО «Омск 1».

В ответ на определение о возбуждении дела ООО «Омск 1» представлен письменный отзыв (вх. № 2182 от 20.03.2017), в котором указано следующее:

«1. Согласно ч. 1 ст. 6 ФЗ от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» классификация информационной продукции осуществляется ее производителями и (или) распространителями самостоятельно (в том числе с участием эксперта, экспертов и (или) экспертных организаций до начала ее оборота на территории Российской Федерации.

Возрастная категория вышеперечисленных фильмов следующая:

Конг: Остров черепа - 12+;

Бэтмен - 6+;

Защитники - 6+.

На главной странице сайта (электронная страница <https://www.oml.ru/>) в верхней части экрана указана возрастная категория «16+», которая распространяется на все содержимое сайта и отображается при открытии любой страницы сетевого издания oml.ru, в том числе и на электронных страницах фильмов <https://www.oml.ru/afisha/cinema/2238/>, <https://www.oml.ru/afisha/cinema/2241/>, <https://www.oml.ru/afisha/cinema/2225/>. Следовательно, возрастная категория указанных фильмов попадает под действие знака 16+, размещенного на логотипе сайта oml.ru.

Кроме того, помимо текста, в описании фильма размещается официальный трейлер, в котором, перед его просмотром, происходит указание на категорию информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями ФЗ от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

Возрастная категория радиоканала «Русское радио» - 12+, что подтверждается на официальном сайте радиоканала (электронная страница <http://rusradio.ru/>), что

также попадает под действие знака 16+, размещенного на логотипе сайта oml.ru.

2. На электронных страницах <http://www.oml.ru/catalog/food/>, <http://www.oml.ru/gurman/house/> в разделе «Доставка еды» рубрики «Еда» размещена реклама заведений г. Омска, реализующих свою продукцию дистанционным способом («Зебры», «Чайный путь», «Пекарушка», «Японский домик», «ШашлычОК» и др.; доставка здорового питания «Диет-сервис»).

Согласно Определению УФАС России по Омской области в рекламе услуг по доставке еды и напитков дистанционным способом, размещенной на сайте [www.oml.ru](http://www.oml.ru), информация о продавцах товаров отсутствует.

По данному пункту ООО «Омск 1» поясняет следующее:

Согласно ст. 3 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ 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.

Целью размещения данной информации являлось не привлечение внимания, формирования интереса и продвижения на рынке перечисленных заведений. Указанные сведения носят исключительно справочно-информационный характер, для ознакомления посетителей сайта с существующими на рынке организациями, в которые можно обратиться для заказа доставки еды и напитков.

В соответствии с п. 3 ч. 2 ст. 2 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ данный федеральный закон не распространяется на справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой.

Таким образом, информация, размещенная на электронных страницах <http://www.oml.ru/catalog/food/>; <http://www.oml.ru/gurman/house/> в разделе «Доставка еды» рубрики «Еда» поскольку она является не рекламой, а справочно-информационным материалом, не попадает под действие ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ.

3. В разделах рубрики «Афиша» в виде статичного баннера размещена реклама «Киноцентр Галактика Большой розыгрыш. Купи комбо набор с 16 января по 17 марта. Выиграй суперприз и много других призов. Финальный розыгрыш 18 марта 16:00. Пр. Маркса, 67А т. 453453». В данной рекламе сведения об источнике информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия сроках, месте и порядке их получения отсутствуют.

По данному пункту ООО «Омск 1» поясняет следующее:

В соответствии с ч. 1 ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «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».

В соответствии со ст. 27 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»:

«В силу статьи 9 Закона о рекламе в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующего мероприятия, должны быть указаны сроки проведения данного мероприятия, а также источник информации об организаторе мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей, сроках, месте и порядке их получения.

Судам надлежит учитывать, что названные нормы обязывают рекламодателя сообщать не саму информацию об организаторе стимулирующего мероприятия и так далее, а источник этой информации (например, адрес интернет-сайта, номер телефона, по которому можно получить информацию)».

Статичный баннер, на котором размещается информация: «Киноцентр Галактика Большой розыгрыш. Купи комбо набор с 16 января по 17 марта. Выиграй суперприз и много других призов. Финальный розыгрыш 18 марта 16:00. Пр. Маркса, 67А т. 453453» является активной ссылкой. После перехода по которой посетитель попадает на сайт организации, которая проводит данное мероприятие. В разделе «акции и новости» любой может узнать информацию о проведении стимулирующего мероприятия, сроки проведения данного мероприятия, источник информации об организаторе мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей, сроках, месте и порядке их получения(<http://galaktika-omsk.ru/news/?id=119>)».

Омское УФАС России не может согласиться с представленными доводами ООО «Омск 1» по следующим основаниям.

1. Сайт 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](#) от 29.12.2010 N 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

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 N 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

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.

Таким образом, знаком информационной продукции 16+ маркируется



информационная продукция сетевого издания Om1.ru, и 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.

2. 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.

Под объектом рекламирования понимается 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.

Информация об услугах по возможности доставки блюд и напитков различными заведениями г. Омска («Зебры», «Чайный путь», «Пекарушка», «Японский домик», «ШашлычОК» и др.; доставка здорового питания «Диет-сервис»), размещенная на интернет-сайте сайта [www.om1.ru](http://www.om1.ru), не может рассматриваться в качестве справочно-информационного материала, поскольку подпадает под понятие «реклама», обладает всеми признаками рекламы и направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к товарам и услугам, реализуемым соответствующими торговыми организациями, в том числе дистанционным способом. Следовательно, такая реклама должна распространяться с соблюдением требований статьи 8 Федерального закона «О рекламе».

3. Довод ООО «Омск 1» о том, что баннер, на котором размещена реклама стимулирующего мероприятия киноцентра «Галактика» является активной ссылкой, после перехода по которой посетитель попадает на сайт организации, которая проводит данное мероприятие, где может узнать информацию о проведении стимулирующего мероприятия, сроки проведения данного мероприятия, источник информации об организаторе мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей, сроках, месте и порядке их получения, не может быть принят во внимание, исходя из следующего.

Указанная реклама, размещенная на сайте [www.om1.ru](http://www.om1.ru), направлена на привлечение внимания потребителей к стимулирующему мероприятию (розыгрышу), следовательно, должна распространяться с соблюдением требований статьи 9 Федерального закона «О рекламе», в том числе содержать сведения об источнике информации об организаторе мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей, сроках, месте и порядке их получения.

При этом в рекламе стимулирующего мероприятия следует указывать не только источник информации, но и сообщать о том, какого рода сведения может получить потребитель рекламы, обратившись к данному источнику информации, а именно

информацию об организаторе мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Наличие у потребителей рекламы потенциальной возможности получить необходимую информацию, пройдя по ссылке на официальный сайт организатора мероприятия, не освобождает рекламодателя/рекламораспространителя от исполнения требований, предусмотренных статьей 9 Федерального закона «О рекламе».

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

В силу части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 10.1 статьи 5, статьями 8 и 9 Федерального закона «О рекламе».

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

ФАС России в Письме от 13.09.2012 № АК/29977 указывает на то, что поскольку владелец (администратор) сайта осуществляет наполнение данного сайта информацией и обладает правами модератора размещаемой информации, то именно он должен признаваться рекламораспространителем в случае выявления рекламы, размещенной на данном сайте.

Таким образом, ООО «Омск 1» является рекламораспространителем, т.е. лицом, осуществляющим распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункт 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Учитывая изложенное, рассмотрев материалы дела, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нарушении ООО «Омск 1» требований части 10.1 статьи 5, статей 8 и 9 Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы на сайте www.om1.ru.

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 ненадлежащей рекламу информационной продукции - радиоканала «Русское радио», фильмов «Конг:Остров черепа», «Бэтмен», «Защитники»; продажи товаров дистанционным способом (доставка еды и напитков); стимулирующего

мероприятия киноцентра «Галактика», размещенную ООО «Омск 1» на сайте [www.om1.ru](http://www.om1.ru), поскольку при ее распространении нарушены требования части 10.1 статьи 5, статей 8 и 9 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ООО «Омск 1» 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 по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 22 марта 2017 года.

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

## ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

по делу № 06-06/09-2017

22 марта 2017 года  
Омск

город

Комиссия Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, на основании своего решения от 22.03.2017 по делу № 06-06/09-2017 о признании ненадлежащей рекламы, размещенной ООО «Омск 1» на сайте [www.om1.ru](http://www.om1.ru), нарушающей требования части 10.1 статьи 5, статей 8 и 9 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 3.56.1. Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:



1. ООО «Омск 1» (ИНН 5507231011, ОГРН 1125543032284, местонахождение: 644042, г. Омск, Бульвар Победы, д. 3, кв. 2) в срок до 12 апреля 2017 года прекратить нарушение требований:

- части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», а именно: в рекламе информационной продукции иных лиц (рекламодателей) в каждом случае указывать категорию данной информационной продукции;

- статьи 8 Федерального закона «О рекламе», а именно: в рекламе продажи товаров дистанционным способом указывать сведения о продавце таких товаров (наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя);

- статьи 9 Федерального закона «О рекламе», а именно: в рекламе стимулирующего мероприятия киноцентра «Галактика» указывать информацию об источнике информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

2. ООО «Омск 1» представить в Омское УФАС России доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в срок до 13 апреля 2017 года.

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.