

## РЕШЕНИЕ

по делу № 055/05/8-866/2022

22 ноября 2022 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 (далее также – Комиссия) в составе:

председатель Комиссии – <...>, заместитель руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии: <...>,

рассмотрев дело № 055/05/8-866/2022 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения Омским областным отделением политической партии «КОММУНИСТИЧЕСКАЯ ПАРТИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ» (ИНН 5503066286, ОГРН 1025500000492, далее – ООО ПП «КПРФ») 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 ООО ПП «КПРФ» - <...> (доверенность от 16.11.2022 б/н), главного редактора газеты «Красный путь» <...>

### УСТАНОВИЛА:

В адрес Омского УФАС России Управлением федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Омской области направлены материалы мониторинга печатного издания.

Из представленных документов следует, что на странице № 17 выпуска № 39(1430) от 05.10.2022 газеты «Красный путь» (свидетельство о регистрации ПИ № ТУ 55-00068 от 18.12.2008) размещалась информация об открытии театрального фестиваля «Золотая маска» без указания категории информационной продукции:

*«Откроют фестиваль соседи*

*В начале ноября в Омске откроется театральный фестиваль «Золотая маска». Этой осенью фестивали «Золотой маски», кроме Омска, пройдут еще в 11 городах. В их числе – Улан-Удэ, Гусиноозерск, Красноярск, Лесосибирск, Норильск, Шатура, Петрозаводск, Костомукша, Череповец, Кострома и Санкт-Петербург.*

*В нашем городе фестиваль откроется спектаклями новосибирских театров. Они стали номинантами Национальной театральной премии в 2022 году. Так, 6 ноября в 14 часов на сцене по ул. Гагарина, 22 (репетиционный зал в подвальном помещении омского минкульта) покажут спектакль «Коромысли». Его ставили в «Лаборатории современного искусства», режиссером является Полина Кардымон.*

*Также 6 ноября в 18:00 на сцене на ул. Гагарина, 22 зрителям представят спектакль того же театра и режиссера «(Сыра земля») Коромысли. Глава 2». Спектакль номинирован на премию «Золотая маска» 2022 года.*

*На основной сцене Омского академического театра драмы 8 и 9 ноября в 19.00 покажут спектакль «Тайм-аут» режиссера Марии Крапивиной. Его ставили в театре «Красный факел» города Новосибирска. Этот спектакль тоже представлен на премию «Золотая маска» 2022 года в номинациях «Лучший спектакль в драме, большая форма», «Лучшая работа*

*режиссера», «Лучшая работа художника», «Лучшая работа драматурга», «Лучшая женская роль», «Лучшая женская роль второго плана», «Лучшая мужская роль второго плана».*

*Омичи и гости города уже могут приобретать билеты».*

Согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ 55-00068 от 18.12.2008 учредителем газеты «Красный путь» является ООО ПП «КПРФ».

Статьей 56 Закон Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» (далее – Закон «О средствах массовой информации») установлено, что **учредители**, редакции, издатели, распространители, государственные органы, организации, учреждения, предприятия и общественные объединения, должностные лица, журналисты, авторы распространенных сообщений и материалов несут ответственность за нарушения законодательства Российской Федерации о средствах массовой информации.

При этом в силу статьи 36 Закон Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» (далее – Закон «О средствах массовой информации») распространение рекламы в средствах массовой информации осуществляется в порядке, установленном законодательством Российской Федерации о рекламе.

Определением Омского УФАС России от 01.11.2022 в отношении ООО ПП «КПРФ» было возбуждено дело № 055/05/8-866/2022 по признакам нарушения требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В ответ на указанное определение ООО ПП «КПРФ» представлена информация, согласно которой: *«...1. Информационной продукцией в рассматриваемой ситуации является газета «Красный путь». На первой странице газеты от 05.10.2022 № 39 (1430) в правом верхнем углу в соответствии с ч. 1 ст. 12 ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» стоит цифра 16 со знаком +. Информация, содержащаяся в статье, носит нейтральный, повествовательный характер, как, например, программа телевизионных передач, и не несет угрозы причинения вреда здоровью и развитию детей. Жалоб по данному факту не поступало.*

*2. Статья, размещенная на странице 17 данного номера газеты, не является коммерческой рекламой, носит информационный характер, напечатана с целью информирования населения региона о культурных событиях региона, в ней не содержится призывов, контактных номеров телефонов, стоимости билетов, ссылок на места приобретения билетов, наименования юридических или физических лиц, являющихся организаторами мероприятий. Исходя из изложенного, эту статью можно отнести лишь к социальной рекламе, которая в соответствии с п. 11 ст. 3 ФЗ «О рекламе» определяется как «информация, распространенная любым способом, в любой форме, и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно- полезных целей, а также обеспечение интересов государства». Социальная реклама по сути не является разновидностью рекламы, порядок ее распространения регулируется исключительно статьей 10 ФЗ «О рекламе» и иные нормы этого закона, в том числе и ч. 10.1 ст. 5, на социальную рекламу не распространяются.*

*3. Омское областное отделение КПРФ не является рекламораспространителем, т.к. эта статья не имеет заказчика и никем не оплачивалась.*

*4. Газета «Красный путь» является периодическим печатным изданием и не специализируется на сообщениях и материалах рекламного характера. Размещение рекламы в таких изданиях должно сопровождаться пометкой «реклама» или «на правах рекламы». В рассматриваемой статье такой пометки нет, т.к. содержащаяся в ней информация не является коммерческой рекламой.*

На основании изложенного просим дело прекратить за отсутствием состава правонарушения».

На заседании Комиссии представитель ООО ПП «КПРФ» также указала, что ввиду того, что статья носит информационный характер, напечатана с целью информирования населения региона о культурных событиях региона, редакция рассматривала ее в качестве справочно-информационного материала.

Комиссия, исследовав материалы дела, пришла к следующим выводам.

Факт размещения спорной информации в печатном издании – газете «Красный путь» (выпуск № 39(1430) от 05.10.2022) ООО ПП «КПРФ» не оспаривается, подтверждается материалами дела.

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 «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию») устанавливает 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.

С учетом изложенного, вышеуказанные спектакли («Коромысли», «(Сыра земля») Коромысли. Глава 2», «Тайм-аут»), проводимые в рамках фестиваля «Золотая маска» являются **зрелищными мероприятиями**.

По определению, данному статьей 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;

**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;

**товар** - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация распространена в печатном издании («Красный путь») в адрес лиц, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя информации.

Относительно довода ООО ПП «КПРФ» о том, что размещенный в газете материал носит справочно-информационный характер, Комиссия считает необходимым отметить следующее.

Справочно-информационные материалы представляют собой совокупность упорядоченных сведений по отдельной тематике, зафиксированных на материальном носителе. Это могут быть статистические, сводные или регулярно видоизменяющиеся полезные данные, основанные на количественных и качественных показателях отдельных явлений, объектов.

В данном случае материал не содержит сведений, относящихся к справочно-информационным, наоборот, основной целью размещения информации является привлечение внимания потенциального зрителя к вышеуказанным зрелищным мероприятиям, формирование и поддержание интереса к ним, о чем свидетельствует, в том числе **указание времени и места проведения предстоящих зрелищных мероприятий**, например:

- «...6 ноября в 14 часов на сцене по ул. Гагарина, 22 (репетиционный зал в подвальном помещении омского минкульту) покажут спектакль «Коромысли...»;

- «...6 ноября в 18:00 на сцене на ул. Гагарина, 22 зрителям представят спектакль того же театра и режиссера «(Сыра земля») Коромысли. Глава 2»....»;

- «...На основной сцене Омского академического театра драмы 8 и 9 ноября в 19.00 покажут спектакль «Тайм-аут»....».

Комиссия также отмечает, что отсутствие договорных отношений, оплаты и т.п. не может рассматриваться в качестве критерия разграничения нерекламной информации и рекламы, поскольку «платность» не является квалифицирующим признаком рекламы.

Учитывая вышеизложенное, **распространенная информация подпадает под понятие «реклама»**, поскольку обладает всеми ее признаками – распространена в печатном издании, направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к зрелищным мероприятиям в рамках театрального фестиваля «Золотая маска»: спектаклям «Коромысли» (6 ноября в 14:00 часов), «(Сыра земля») Коромысли. Глава 2» (6 ноября в 18:00 часов), «Тайм-аут» (8 и 9 ноября в 19.00 часов) и возможности приобрести билеты.

На основании части 3 статьи 6 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» классификация информационной продукции осуществляется в соответствии с требованиями указанного 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, возраста двенадцати лет;
4. информационная продукция для детей, возраста шестнадцати лет;

5) информационная продукция, запрещенная для детей (информационная продукция, содержащая информацию, предусмотренную частью 2 статьи 5 настоящего Федерального закона).

В силу 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:**

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».**

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.

В нарушение требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» **знак информационной продукции в рекламе зрелищных мероприятий** (театральный фестиваль «Золотая маска», спектакли «Коромысли», «(Сыра земля) Коромысли. Глава 2», «Тайм-аут»), размещенной странице № 17 выпуска № 39(1430) от 05.10.2022 газеты «Красный путь» **отсутствовал.**

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

В пункте 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» установлено, что рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Исходя из определения, данного в пункте 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», ООО ПП «КПРФ» является рекламодателем.

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».

Рассмотрев материалы дела, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нарушении ООО ПП «КПРФ» требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы зрелищно-развлекательного мероприятия.

Учитывая, что в настоящее время размещение рекламы не осуществляется, что подтверждается актом осмотра выпуска № 43 (1434) от 02.11.2022 газеты «Красный путь», Комиссией принято решение об отсутствии необходимости в выдаче ООО ПП «КПРФ» предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42 - 48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства

РЕШИЛА:

1. Признать распространенную ООО ПП «КПРФ» (ИНН 5503066286, ОГРН 1025500000492) на странице № 17 выпуска № 39(1430) от 05.10.2022 газеты «Красный путь» рекламу зрелищных мероприятий (спектакли «Коромысли», «(Сыра земля») Коромысли. Глава 2», «Тайм-аут», проводимые в рамках театрального фестиваля «Золотая маска»,) ненадлежащей, нарушающей требования части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Не выдавать ООО ПП «КПРФ» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу антимонопольного органа для возбуждения дела об административном правонарушении.

Решение изготовлено в полном объеме 02.12.2022.

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

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии: <...>