

Комиссия Карельского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

- *** -заместитель руководителя Карельского УФАС России, председатель комиссии;
- *** -начальник отдела антимонопольного контроля хозяйствующих субъектов, недобросовестной конкуренции и рекламы Карельского УФАС России, член комиссии;
- *** -главный специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля хозяйствующих субъектов, недобросовестной конкуренции и рекламы Карельского УФАС России, член комиссии,

рассмотрев дело №010/05/5-234/2019, возбужденное в отношении ООО «Информационно-рекламное агентство «КАРЕЛИЯ.НЬЮС» (ИНН ***, дата регистрации 24 мая 2016 года; адрес: ***) по признакам нарушения части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе», Закон) по факту распространения в сети интернет рекламы зрелищного мероприятия без указания категории информационной продукции,

в присутствии директора и учредителя ООО «Информационно-рекламное агентство КАРЕЛИЯ.НЬЮС» - Г.

УСТАНОВИЛА:

В адрес Карельского УФАС России 19 марта 2019 года (вх. №1260) из Управления Роскомнадзора по Республике Карелия поступило заявление Ш. (далее – заявитель) по факту публикации на сайте сетевого издания «КАРЕЛИЯ.НЬЮС» рекламы концерта исполнителя FEDUK без указания возрастных ограничений.

При осмотре представленных материалов установлено, что на интернет портале Республики Карелия «Karelia.news» по адресу www.karelia.news/afisha/full/10549 была размещена информация в виде текста и непосредственно афиши (постера) о предстоящем концерте музыкального исполнителя FEDUK (концерт был запланирован на 16 марта 2019 года в караоке-клубе SOLO). Вместе с тем ни в текстовой информации, ни на самой афише указания категории информационной продукции не было (фото ниже).

На момент возбуждения настоящего дела страница по адресу www.karelia.news/afisha/full/10549 удалена.

В ходе рассмотрения заявления установлено, что под брендом Karelia.news осуществляет свою деятельность общество с ограниченной ответственностью «Информационно-рекламное агентство «КАРЕЛИЯ.НЬЮС» (ИНН 1001311138), директором и учредителем которого является Г.

В целях полного и всестороннего рассмотрения поступившего заявления 28 марта 2019 года в адрес информационно-рекламного агентства «КАРЕЛИЯ.НЬЮС» был направлен запрос №03-01/59/116. Отвечая на указанный запрос, директор информационно-рекламного агентства «КАРЕЛИЯ.НЬЮС» Г. письмом (вх от 08 апреля 2019 года вх. №1749 пояснил следующее.

Раздел «Городская Афиша» на сайте Карелия.ньюс (www.karelia.news) заполняется двумя способами. Первый – автоматический импорт событий в Петрозаводске, размещенных на портале Рамблер.Касса (<https://kassa.rambler.ru/>). Второй способ – ручной, когда менеджер вносит мероприятие, подгружает файл афиши, устанавливает все реквизиты, данные и текст. При импорте событий с Рамблер.Кассы данные возрастных ограничений, указанные в афише мероприятия, автоматически попадают на сайт Карелия.ньюс. При ручном занесении информации система настроена так, что если менеджер не внесет данные о возрастных ограничениях, система не позволит опубликовать афишу мероприятия. Все данные о возрастных ограничениях можно посмотреть на основной странице Афиши. В верхнем правом углу всегда есть значок ограничений для данного мероприятия. Так же было и с концертом FEDUK. На основной странице Афиши транслировался значок возрастного ограничения 18+. Пользователь (посетитель, читатель) может попасть на внутреннюю страницу мероприятия только через главную страницу афиши, где возрастные ограничения указаны ярко и доступно. Далее, на внутренней странице указатель возрастных ограничений или есть в самой Афише или дублируется дополнительной строкой.

Г. также сообщил, что на момент появления жалобы на сайте был небольшой технический сбой и дополнительная дублирующая строка на внутренней странице Афиши не транслировалась, но на главной странице возрастные

ограничения были всегда, они достаточно заметны для посетителей – выведены в отдельное окно и выделены цветом.

В связи с вышеуказанным, по мнению директора информационно-рекламного агентства «Карелия.ньюс», требования законодательства об указании возрастных ограничений выполняются всегда и в полном объеме. Отсутствие дополнительной дублирующей строки на внутренней странице Афиши при ее отсутствии в самой картинке Афиши не обозначает, что читатель не видел эти указания на главной странице Афиши.

В настоящее время трансляция дополнительной дублирующей строки о возрастных ограничениях на внутренней странице мероприятия восстановлена, за ее работоспособностью установлен дополнительный ежедневный контроль.

Письмом от 26 апреля 2019 года (вх. от 30 апреля 2019 года №2171) Г. поддержал позицию, изложенную в письме вх. от 08 апреля 2019 года №1749, дополнительно обратив внимание, что в дальнейшем будет уделять больше внимания подобной рекламе зрелищных мероприятий, а также ограничивать рекламу «некорректных музыкантов», не смотря на наличие в их афишах знаков возрастных ограничений.

На заседании комиссии Карельского УФАС России Г. с правонарушением согласился, указав, что на сегодняшний момент установить дату размещения рассматриваемой информации невозможно.

Проанализировав имеющиеся документы и сведения, нормативную правовую базу в области рекламного законодательства комиссией установлено следующее.

В соответствии со статьей 1 ФЗ «О рекламе» его целями являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

ФЗ «О рекламе» применяется к отношениям в сфере рекламы независимо от места ее производства, если распространение рекламы осуществляется на территории Российской Федерации (статья 2 ФЗ «О рекламе»).

В соответствии с частью 1 статьи 33 ФЗ «О рекламе» антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе: предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе; возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения

законодательства Российской Федерации о рекламе.

В статье 3 ФЗ «О рекламе» определены основные понятия. Так, 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; объект рекламирования - товар, средство его индивидуализации, 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 - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот; ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно разъяснениям ФАС России от 05 апреля 2007 года №АЦ/4624 под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

В соответствии с пунктом 1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08 октября 2012 года №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами ФЗ «О рекламе» 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, является рекламой и должна в связи с этим отвечать требованиям, предъявляемым ФЗ «О рекламе».

Рассматриваемая информация полностью подпадает под определение, содержащееся в статье 3 ФЗ «О рекламе» (соответствует всем квалифицирующим признакам рекламы), так как распространяется посредством сети Интернет, адресована неопределенному кругу лиц (то есть не персонифицирована) и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке (концерт музыкального исполнителя FEDUK).

Согласно части 10.1 статьи 5 ФЗ «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» (далее – ФЗ «О защите детей»), без указания категории данной информационной продукции.

Статья 2 ФЗ «О защите детей» содержит 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.

Положениями названной нормы установлен запрет на размещение рекламы, содержащей информацию, распространяемую посредством зрелищных мероприятий.

Исходя из буквального толкования положений пункта 5 статьи 2 ФЗ «О защите детей», речь в настоящем случае идет не только об информации, полученной в результате проведения такого мероприятия, но и об информации, которая может быть получена при проведении соответствующего мероприятия.

Классификация информационной продукции осуществляется ее производителями и (или) распространителями самостоятельно (в том числе с участием эксперта, экспертов и (или) экспертных организаций, отвечающих требованиям статьи 17 настоящего Федерального закона) до начала ее оборота на территории Российской Федерации (часть 1 статьи 6 ФЗ «О защите детей»).

В силу части 3 статьи 6 ФЗ «О защите детей» 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).

В соответствии с частью 1 статьи 12 ФЗ «О защите детей» производителем и (или) распространителем информационной продукции осуществляется обозначение ее категории знаком информационной продукции и (или) текстовым предупреждением об ограничении распространения информационной продукции среди детей с указанием цифры и знака "плюс" или соответствующего текстового предупреждения.

Согласно пункту 5 части 4 статьи 11 ФЗ «О защите детей» оборот информационной продукции, содержащей информацию, предусмотренную статьей 5 настоящего Федерального закона, без знака информационной продукции не допускается, за исключением периодических печатных изданий, специализирующихся на распространении информации общественно-политического или производственно-практического характера.

Учитывая, что объектом рекламирования на сайте www.karelia.news является зрелищное мероприятие, размещение рекламы без указания категории информационной продукции является неправомерным и свидетельствует о несоблюдении требований части 10.1 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Довод директора ООО «Информационно-рекламное агентство «КАРЕЛИЯ.НЬЮС» о том, что посетитель сайта не мог увидеть рассматриваемую рекламу без посещения основной страницы Афиши, на которой знак возрастного ограничения был указан, не может быть применим уже в силу того, что каждая текстовая информация и афиша рассматриваются как самостоятельная реклама.

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

Как указывалось выше деятельность под брендом «КАРЕЛИЯ.НЬЮС» осуществляет ООО «Информационно-рекламное агентство «КАРЕЛИЯ.НЬЮС», которое и является в рассматриваемом случае рекламораспространителем, то есть лицом осуществляющим распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Таким образом, действия ООО «Информационно-рекламное агентство «КАРЕЛИЯ.НЬЮС» по распространению на интернет портале Республики Карелия «Karelia.news» по адресу www.karelia.news/afisha/full/10549 информация в виде текста и непосредственно афиши (постера) о предстоящем концерте музыкального исполнителя FEDUK без указания категории информационной продукции совершены с нарушением требований части 10.1 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «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 в виде текста и афиши исполнителя следующего содержания: «SOLO 16 МАРТА FEDUK ДАРИМ 2 БИЛЕТА», размещенную на интернет портале Республики Карелия «Karelia.news» по адресу www.karelia.news/afisha/full/10549 без указания категории информационной продукции; действия ООО «Информационно-рекламное агентство КАРЕЛИЯ.НЬЮС» нарушающими часть 10.1 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения части 10.1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» ООО «Информационно-рекламное агентство КАРЕЛИЯ.НЬЮС» не выдавать в связи с прекращением распространения рассматриваемой рекламы зрелищного мероприятия.

3. Направить материалы настоящего дела уполномоченному должностному лицу для решения вопроса о возбуждении производства по делу об административном правонарушении, ответственность за которое предусмотрена статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Председатель комиссии

Члены Комиссии

Решение антимонопольного органа может быть оспорено в арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения.