

РЕШЕНИЕ

по делу № 055/05/5-785/2022

29 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 – (...)

члены Комиссии: (...)

рассмотрев материалы дела № 055/05/5-785/2022 по факту распространения (...) рекламы, нарушающей требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в отсутствие (...)

УСТАНОВИЛА:

В адрес Омского УФАС России из Управления Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (далее – Управление Роскомнадзора по Омской области) поступили материалы о проведении с 13.09.2022 по 15.09.2022 мероприятия систематического наблюдения в отношении сетевого издания «Омскпресс» (свидетельство от 17.11.2016 № Эл № ФС 77 – 67755).

По итогам мониторинга Управлением Роскомнадзора по Омской области установлено размещение на страницах вышеуказанного сетевого издания статьи о проведении зрелищных мероприятий, посвященных празднованию дня города Омска:

«Омская мэрия раскрыла список праздничных мероприятий, запланированных к проведению в честь Дня города Омска.

Первые праздничные мероприятия (локальные) начнутся 27 июля, а закончатся все 7 августа. Так, 5 августа омичи смогут посетить выставку «Флора-2022», которая будет посвящена 200-летию Омской области и 70-летию самой выставки.

Открытие состоится в «Омской крепости». Еще в этот день пройдут фестивали «Традиции родного края», «Град Петров» и «Омск – город мастеров».

На следующий день будет намного больше мероприятий, а именно фестиваль

семейного отдыха «Город семейного счастья», городской детский праздник «Детство – это Я и Ты!» и поэтический проект «Литературно-музыкальная палитра города: Омск – наш общий дом», которые проведут в сквере имени Дзержинского.

В полдень в парке Победы будет доступен для посещения музей под открытым небом «Щит Сибири», а в шесть часов вечера в скверах возле Драмтеатра пройдет творческий проект Лицейского театра «Традиции омской молодежи» и начнет работать «Клуб активных омичей».

В три часа дня проведут фестиваль-презентацию омских производителей «Омские традиции вкуса». Он пройдет на улице Ленина от площади Победы до моста «Юбилейный». Ну и в 17.00 состоится праздничная программа на Соборной площади, которую закроет группа «Дискотека Авария».

Согласно выходным данным учредителем сетевого издания «Омскпресс» является гражданин (...)

Статьей 7 Закона Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» (далее – Закон «О средствах массовой информации») установлено, что учредителем (соучредителем) средства массовой информации может быть гражданин, объединение граждан, организация, государственный орган. Учредителем (соучредителем) печатного средства массовой информации и сетевого издания в соответствии с Федеральным законом от 6 октября 2003 года № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» может быть орган местного самоуправления.

Статьей 18 Закон «О средствах массовой информации» определен статус учредителя.

Учредитель утверждает устав редакции и (или) заключает договор с редакцией средства массовой информации (главным редактором).

Учредитель вправе обязать редакцию поместить бесплатно и в указанный срок сообщение или материал от его имени (заявление учредителя). Максимальный объем заявления учредителя определяется в уставе редакции, ее договоре либо ином соглашении с учредителем. По претензиям и искам, связанным с заявлением учредителя, ответственность несет учредитель. Если принадлежность указанного сообщения или материала учредителю не оговорена редакцией, она выступает соответчиком.

Учредитель не вправе вмешиваться в деятельность средства массовой информации за исключением случаев, предусмотренных настоящим Законом, уставом редакции, договором между учредителем и редакцией (главным редактором).

Учредитель может передать свои права и обязанности третьему лицу с согласия редакции и соучредителей. В случае ликвидации или реорганизации учредителя - объединения граждан, предприятия, учреждения, организации, государственного органа его права и обязанности в полном объеме переходят к редакции, если иное не предусмотрено уставом редакции.

Учредитель может выступать в качестве редакции, издателя, распространителя, собственника имущества редакции.

Определением от 29.09.2022 в отношении (...) возбуждено дело по признакам нарушения части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», заседание Комиссии

назначено на 25.11.2022.

Определением от 25.10.2022 в связи с отсутствием сведений о надлежащем уведомлении (...) рассмотрение дела отложено на 29.11.2022.

Комиссия, исследовав материалы дела, пришла к следующим выводам.

Факт размещения рекламы в сетевом издании «Омскпресс» (...) 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.

Указанные мероприятия (выставка «Флора-2022», фестивали «Традиции родного края», «Град Петров», «Омск – город мастеров», семейного отдыха «Город семейного счастья», детский праздник «Детство – это Я и Ты!», поэтический проект «Литературно-музыкальная палитра города: Омск – наш общий дом», выставка музея под открытым небом «Щит Сибири», творческий проект Лицейского театра «Традиции омской молодежи», фестиваль-презентация омских производителей «Омские традиции вкуса», концерт группы «Дискотека Авария») являются зрелищными.

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 сетевом издании в адрес лиц, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя информации.

Основной целью размещения данной информации является привлечение внимания потенциального зрителя к зрелищным мероприятиям, формирование и поддержание интереса к ним, о чем свидетельствует, в том числе указание времени и места проведения предстоящих зрелищных мероприятий, например, «...начнутся 27 июля, а закончится все 7 августа. Так, 5 августа омичи смогут посетить выставку «Флора-2022» (при этом дата размещения информации - 15.07.2022).

Учитывая вышеизложенное, распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками – распространена в сетевом издании, направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к объекту рекламирования - зрелищным мероприятиям.

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».

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 (часть 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»).

В нарушение требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» знак информационной продукции в рекламе зрелищных мероприятий, размещенной в печатном издании отсутствовал.

Рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункт 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Учитывая наличие у (...) статуса учредителя, положения статья 18 Закон «О средствах массовой информации», согласно которому учредитель может выступать в качестве редакции, издателя, распространителя, исходя из определения, данного в пункте 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», (...) 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».

Рассмотрев материалы дела, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нарушении (...) требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при распространении на сетевом издании «Омскпресс» рекламы зрелищных мероприятий.

Принимая во внимание, что в настоящее время размещение рекламы не осуществляется (актуальность сведений отсутствует), Комиссией принято решение об отсутствии необходимости в выдаче (...) 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 Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу зрелищных мероприятий: выставка «Флора-2022», фестивали «Традиции родного края», «Град Петров», «Омск – город мастеров», семейного отдыха «Город семейного счастья», детский праздник «Детство – это Я и Ты!», поэтический проект «Литературно-музыкальная палитра города: Омск – наш общий дом», выставка музея под открытым небом «Щит Сибири», творческий проект Лицейского театра «Традиции омской молодежи», фестиваль-презентация омских производителей «Омские традиции вкуса», концерт группы «Дискотека Авария», распространенную (...) 15.07.2022 в сетевом издании «Омскпресс», ненадлежащей, нарушающей требования части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

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

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

Решение изготовлено в полном объеме 05.12.2022.

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