

АО «Аргументы и факты»

Мясницкая ул., д.42

г. Москва, 101000

ООО «Автограф»

Главному редактору газеты

«Аргументы и факты» Лырчиковой С.В.

Короленко ул., д.51, оф.203

г. Барнаул, 656056

Управление Роскомнадзора

по Алтайскому краю и Республике Алтай

Интернациональная ул., д.72

г. Барнаул, 656043

ОПРЕДЕЛЕНИЕ:

о возбуждении дела №022/05/5-161/2020 по признакам нарушения

законодательства Российской Федерации о рекламе

5 марта 2020г. г. Барнаул

Председатель Комиссии управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, руководитель управления <...>, рассмотрев информацию управления Роскомнадзора по Алтайскому краю и Республике Алтай и материалы, представленные отделом контроля недобросовестной конкуренции и рекламы, о размещении в газете «Аргументы и факты - Алтай» анонса зрелищных мероприятий с признаками нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

УСТАНОВИЛ:

В Алтайское краевое УФАС России поступила информация управления Роскомнадзора по Алтайскому краю и Республике Алтай (вхд.№202430 от 28.02.2020г.) о размещении и распространении в газете «Аргументы и факты - Алтай» №8 (2049), №9 (2050) на страницах 10 и 12 анонса зрелищных мероприятий: «Умывальников начальник», «Колобок», «Как Лиса Медведя обманывала», «Маша и Медведь», на котором знак информационной продукции не соответствует Федеральному закону от 29.12.2012г. №436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющий вред их здоровью и развитию».

В газете «Аргументы и факты - Алтай» №8 (2049) в анонсе мероприятий: «Колобок» указано возрастное ограничение «2+», «Как Лиса Медведя обманывала» - «3+»; №9

(2050) в анонсе мероприятий: «Умывальников начальник» указано возрастное ограничение «2+», «Маша и Медведь» - «3+».

В соответствии со ст.3 Федерального закона «О рекламе», под рекламой понимается 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.

Согласно п.2 ст.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.

Согласно ч.10.1 ст.5 Федерального закона «О рекламе», не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", без указания категории данной информационной продукции.

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 (п.5 ст.2 Федерального закона "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию").

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 (п.3 ст.2 Федерального закона "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию").

В соответствии с ч.3 ст.6 Федерального закона "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", 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.

Согласно ч.1 ст.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".

В рассматриваемых рекламе классификация информационной продукции не соответствует Федеральному закону от 29.12.2012г. №436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющий вред их здоровью и развитию» (т.е. 2+, 3+), вследствие чего знак информационной продукции можно считать отсутствующим.

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требования ч.10.1 ст.5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

Согласно выходным данным газеты «Аргументы и факты - Алтай» учредителем и издателем является АО «Аргументы и факты» (г. Москва, ул. Мясницкая, д.42). На официальном сайте газеты – www.aif.ru, указано, что газета «Аргументы и факты - Алтай» издается ООО «Автограф» (г. Барнаул, ул. Короленко, д.51).

Таким образом, антимонопольным органом установлено, что рекламодателем является ООО «Автограф» (ОГРН 1122225002459).

В рассматриваемом анонсе зрелищных мероприятий: «Умывальников начальник», «Колобок», «Как Лиса Медведя обманывала», «Маша и Медведь», усматриваются признаки нарушения требования ч.10.1 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

На основании п.2 ч.1 ст. 33, частей 1, 2 ст. 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу №022/05/5-161/2020 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рекламодатель - ООО «Автограф»;

заинтересованное лицо – АО «Аргументы и факты»;

заявитель – Управление Роскомнадзора по Алтайскому краю и Республике Алтай.

3. Назначить дело №022/05/5-161/2020 к рассмотрению **на 26 марта 2020г. в 10 часов 30 минут** по адресу: г. Барнаул, пр. Ленина, 81 (1 этаж).

При участии лиц в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе или представителей (с доверенностью на участие в рассмотрении дела №022/05/5-161/2020) при себе иметь документ, удостоверяющий личность (паспорт <...> В случае неявки представителей сторон в указанное время, дело будет рассмотрено в порядке, предусмотренном Правилами.

4. ООО «Автограф» в срок **до 24 марта 2020г.** представить в адрес управления копии следующих документов:

- свидетельство о регистрации СМИ;

- устав редакции и (или) договор с редакцией/главным редактором;

- согласованные рекламные макеты анонса зрелищных мероприятий: «Умывальников начальник», «Колобок», «Как Лиса Медведя обманывала», «Маша и Медведь»;

- договоры (заявки), платежные поручения и иные документы, на основании которых осуществлялось распространение вышеуказанного рекламных анонса;

- данные о должностном лице, отвечающем за подготовку рекламной информации (должностная инструкция, приказ о приеме на работу и т.д.);

- письменные пояснения по признакам нарушения ч.10.1 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

Копии документов должны быть заверены надлежащим образом и направлены с описью вложения.

Примечание: обращаю Ваше внимание, что непредставление или несвоевременное представление в антимонопольный орган сведений, а равно представление их в неполном объеме или искаженном виде, влечет административную ответственность в соответствии с ч.6 ст.19.8 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

Председатель Комиссии <...>