

## РЕШЕНИЕ

по делу № 055/05/5-1111/2021

14 декабря 2021  
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 (...)

рассмотрев дело № 055/05/5-1111/2021 по признакам нарушения обществом с ограниченной ответственностью «Омск 1», адрес: 644043, г. Омск, ул. Ленина, д. 8, кв. 5, ИНН 5507231011, ОГРН 1125543032284 (далее – ООО «Омск 1», Общество) части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в отсутствие законного представителя ООО «Омск 1», извещенного надлежащим образом (идентификатор почтового уведомления 64401060932719),

### УСТАНОВИЛА:

В адрес Омского УФАС России из Управления Роскомнадзора по Омской области поступили материалы по факту проведения мониторинга сетевого издания «Om1.ru», по результатам которого 07.10.2021 зафиксирован факт публикации статьи, содержащей информацию о проведении в городе Омске зрелищного мероприятия «Спектакль «Остановка», без указания знака информационной продукции:

*«Когда нужно взять паузу и посидеть на остановке? Омичам представили сюжет нового спектакля в ЦСД,*

*«Остановка»- спектакль в жанре мьюментари, в котором несуществующая история преподносится как документальная.*

*Сегодня, в ресторане «Где же кролик» прошел 48-й культурный завтрак. Это уже традиционный формат встречи ЦСД с прессой, на котором в виде простой беседы*

*журналисты могут узнать ответы на все интересующие их вопросы у режиссеров и актеров. Завтрак был посвящен премьере спектакля «Остановка».*

*Александр Пронькин - режиссер, куратор, актер, автор проектов, которые уже реализованы в Сахаровском Центре, Музее Толерантности, Мастерской Кончаловского. Также он приверженец проектов, которые можно назвать кино-спектаклями. Театральные постановки снимаются на камеру, дополняются иммерсивными элементами и уже потом выкладываются на онлайн-сервисы, например, Кiоп и Окко.*

*«Бизнесмен, который ездит на хорошей машине, вместе с женой. Казалось бы, жизнь, о которой мечтают многие. И вот он едет по идеально ровной дороге, но в какой-то момент останавливается посреди дороги и молча садится на трамвайную остановку и не встает. Вот вокруг этой ситуации далее развивается огромное количество событий, так описал фабулу сюжета режиссер.*

*По словам Александра, спектакль построен как некий детектив, в течение которого зритель выясняет причину остановки человека, жизнь которого полна важными и неотложными делами. Вокруг бизнесмена начинают происходить вещи, которые никогда бы не произошли, если бы он не взял паузу. Главный вопрос, который хотят раскрыть создатели – что влияет на жизнь больше: действие или бездействие?*

*Спектакли состоятся 29 и 30 октября и 5 ноября в 19:00, в театре ЦСД».*

Факт размещения указанной информации подтвержден 11.10.2021 при осмотре сайта [www.om1.ru](http://www.om1.ru) сотрудниками Омского УФАС России.

В соответствии со статьей 2 Закона Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» для целей настоящего Закона:

- под массовой информацией понимаются предназначенные для неограниченного круга лиц печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы;

- под сетевым изданием понимается сайт в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», зарегистрированный в качестве средства массовой информации в соответствии с настоящим Законом.

Согласно выходным данным сайт [www.om1.ru](http://www.om1.ru) зарегистрирован как сетевое издание Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (свидетельство о регистрации СМИ Эл № ФС77-62660 от 10.08.2015).

Учредителем сетевого издания «Om1.ru» (Om1.py) является ООО «Омск 1».

ООО «Омск 1» представлена информация от 29.10.2021: «...журналист, разместивший данный редакционный материал, не указал в публикации возрастной ценз для данного спектакля (16+), поскольку расценил эту публикацию не как рецензию, а как интервью и набор фактов о данном мероприятии. Кроме того, публикация не является рекламной. Данный редакционный материал, написанный по итогам проекта «Культурный завтрак», который проводится в Омске регулярно и

*носит исключительно культурно-просветительский характер.*

*Я, как и.о. главного редактора, не придала должного внимания вычитке и проверке данной публикации, поэтому она оказалась опубликованной без указания возрастного ценза. С журналистами проведена разъяснительная работа».*

Определением от 19.11.2021 в отношении ООО «Омск 1» возбуждено дело № 055/05/5-1111/2021 по признакам нарушения части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

На заседании Комиссии установлено следующее.

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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» объектом рекламирования является 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.

Под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (пункт 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

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

Основной целью размещения информации является привлечение внимания потенциального зрителя к спектаклю «Остановка», формирование и поддержание интереса к нему, о чем свидетельствуют:

- краткое описание сюжета спектакля («бизнесмен, который ездит на хорошей машине, вместе с женой. Казалось бы, жизнь, о которой мечтают многие. И вот он едет по идеально ровной дороге, но в какой-то момент останавливается посреди дороги и молча садится на трамвайную остановку и не встает. Вот вокруг этой ситуации далее развивается огромное количество событий, так описал фабулу сюжета режиссер»);

- указание лица, участвующего в создании («режиссер спектакля Александр Пронькин»),

- даты и места проведения («спектакли состоятся 29 и 30 октября и 5 ноября в 19:00, в театре ЦСД»), при этом датой выхода материала является 06.10.2021.

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламной.

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 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.

С учетом изложенного спектакль «Остановка» является зрелищным мероприятием.

В соответствии с частью 3 статьи 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 (информационная продукция, содержащая информацию, предусмотренную частью 2 статьи 5 настоящего Федерального закона).

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 (статья 12 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»).

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», без указания категории данной информационной продукции (часть 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»).

На момент фиксации в рекламе зрелищного мероприятия отсутствовал знак информационной продукции.

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

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

Исходя из материалов дела, ООО «Омск 1» 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 пришла к выводу о нарушении ООО «Омск 1» требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при распространении на странице сетевого издания рекламы зрелищного мероприятия.

В силу пункта 1 части 2 статьи 33 Федерального закона «О рекламе» антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

По итогам рассмотрения настоящего дела специалистами Омского УФАС России был осмотрен сайт [www.om1.ru](http://www.om1.ru), в результате установлено, что в настоящее время реклама спектакля не распространяется.

Руководствуясь статьями 33, 36 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с пунктами 42-55 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 (рекламную статью) «*Когда нужно взять паузу и посидеть на остановке? Омичам представили сюжет нового спектакля ЦСД*», распространенную обществом с ограниченной ответственностью «Омск 1» (ИНН 5507231011, ОГРН 1125543032284) 07.10.2021 и 11.10.2021, ненадлежащей, нарушающей требования части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ООО «Омск 1» не выдавать.

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

Решение изготовлено в полном объеме 15.12.2021.

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