

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 №010/05/5-333/2019, возбужденное в отношении ООО «РК Мир» (ИНН 1001187650, ОГРН 1071001002841; юридический адрес: \*\*\*) по признакам нарушения части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») по факту распространения на странице 4 номера 14 (052) от 15 апреля 2019 года СМИ «Мир Карелии» рекламы зрелищного мероприятия без указания категории информационной продукции,

в присутствии главного редактора СМИ «Мир Карелии» - и дизайнера ООО «РК Мир» - (доверенность от 19 июня 2019 года, в деле)

#### УСТАНОВИЛА:

В адрес Карельского УФАС России 29 апреля 2019 года (вх. №2122) из Управления Роскомнадзора по Республике Карелия поступило заявление с просьбой рассмотреть афишу концерта Михаила Жукова, размещенную без знака информационной продукции на странице 4 номера 14 (052) от 15 апреля 2019 года СМИ «Мир Карелии», на предмет соответствия законодательству Российской Федерации о рекламе.

Из указанного заявления следует, что Управлением Роскомнадзора по Республике Карелия в рамках исполнения полномочий по осуществлению государственного контроля и надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации в сфере средств массовой информации и массовых коммуникаций в ходе проведенного систематического наблюдения установлено, что на странице 4 номера 14 (052) от 15 апреля 2019 года СМИ «Мир Карелии» размещена афиша о проведении концерта Михаила Жукова без знака информационной продукции. Размер модуля составляет 57\*78 мм и

содержит в себе следующие данные: «ресторан «СЕВЕРНЫЙ» 17 МАЯ начало в 20-00 \*\*\* соавтор и исполнитель песен группы РУКИ ВВЕРХ 63 05 90; 63 03 25 KASSIR RU 63-09-55».

В целях полного и всестороннего рассмотрения поступившего заявления в адрес СМИ «Мир Карелии» был направлен запрос от 06 мая 2019 года №03-01/112/1625.

Письмом от 15 мая 2019 года №37 (вх. от 17 мая 2019 года №2388) директор ООО «РК Мир» сообщил, что размещение рекламно-информационных материалов концертного агентства «ЛиНС» (ИП) на страницах СМИ «Мир Карелии» производится на основании договора от 10 апреля 2018 года №106 на оказание услуг по размещению рекламной информации. Непосредственно рассматриваемая афиша концерта Михаила Жуклова размещена согласно заявке ИП от 10 апреля 2019 года.

По факту отсутствия знака информационной продукции редактор СМИ «Мир Карелии» пояснил, что в процессе компьютерной обработки файла произошел технический сбой, а именно: оригинал-макет был выслан в формате .cdr («живой файл», который может корректироваться по усмотрению дизайнера), оригинал-макет был выведен на печать и согласован редактором. Далее дизайнер записала файл в формат .eps, необходимый для верстки, поставила его на полосу и вывела печатный вариант полосы для вычитки/корректур. До указанного момента знак информационной продукции присутствовал. Номер был подписан в печать, но файл с подготовленным макетом номера отправляется в типографию позднее, так как должен пройти предпечатную подготовку. В этот период в редакции произошел скачок напряжения/кратковременное отключение электричества, в связи с которым связывается произошедший технический брак (позднее уже в напечатанной газете было обнаружено еще несколько несохранившихся корректировок).

Помимо указанного \*\*\*, обратил внимание на тот факт, что газета выпускается уже много лет и при этом неукоснительно соблюдаются требования законодательства о рекламе, намеренно подобного рода ошибку допустить не могли.

Проанализировав имеющиеся документы и сведения, нормативную правовую базу в области рекламного законодательства, определением от 28 мая 2019 года было возбуждено настоящее дело и установлено следующее.

В соответствии со статьей 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 Михаила Жукера в ресторане «Северный»).

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 в СМИ «Мир Карелии» 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».

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

Единственным учредителем СМИ «Мир Карелии» (свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ №ТУ 10-00378 от 14 марта 2018 года) и одновременно главным редактором является А; издателем –

ООО «РК Мир». Материалами расследования подтверждается, что рассматриваемый рекламный модуль размещен на основании заключенного между ООО «РК Мир» и ИП договора, что свидетельствует о том, что именно ООО «РК Мир» является рекламораспространителем рассматриваемого рекламного модуля.

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: «ресторан «СЕВЕРНЫЙ» 17 МАЯ начало в 20-00 \*\*\* соавтор и исполнитель песен группы РУКИ ВВЕРХ 63 05 90; 63 03 25 KASSIR RU 63-09-55», размещенную на странице 4 номера 14 (052) от 15 апреля 2019 года СМИ «Мир Карелии» без указания категории информационной продукции; действия ООО «РК Мир» нарушающими часть 10.1 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения части 10.1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» ООО «РК Мир» 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.