

## РЕШЕНИЕ

по делу № 055/05/5-138/2020

03 марта 2020  
года

город

Омск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее – Комиссия) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии – (...)

члены Комиссии: (...)

рассмотрев материалы дела № 055/05/5-138/2020 по признакам нарушения обществом с ограниченной ответственностью «Издательский дом Сорокиной», место нахождения: 644112, г. Омск, бульвар. Архитекторов, д. 8, ИНН 5504218781, ОГРН 1105543015082) требований части 11 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в отсутствие представителя от ООО «Издательский дом Сорокиной», уведомленного надлежащим образом (ходатайство от 27.02.2020),

### УСТАНОВИЛА:

В адрес Омского УФАС России из Управления Роскомнадзора по Омской области поступила информация о проведении в период с 04.02.2020 по 06.02.2020 мероприятий систематического наблюдения в отношении информационно-аналитического журнала «Архитектура и строительство Омской области».

По итогам наблюдения установлено, что в выпуске журнала от 16.12.2019 № 4 (154) на странице № 71 размещена реклама международной строительно-интерьерной выставки «Batimat», сопровождающаяся знаком информационной продукции «14+», следующего содержания: «*Batimat RUSSIA*

*Международная строительно-интерьерная выставка 3-6/03 2020 GLOBAL DESIGN Выставка интерьерного дизайна нового формата 14+ +7495 961 22 62 Batimat-rus.com».*

По мнению Управления Роскомнадзора по Омской области, в указанной рекламе усматриваются признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с пунктом 1 статьи 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.

По определению (пункт 2 статьи 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.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – выставке.

Определением Омского УФАС России от 13.02.2020 в отношении рекламораспространителя – ООО «Издательский дом Сорокиной» возбуждено дело № 055/05/5-138/2020 по признакам нарушения требований части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

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.

В классификации, содержащейся в части 3 статьи 6 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», отсутствует такой знак информационной продукции, «14+».

Согласно 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».

Таким образом, реклама зрелищного мероприятия (выставки) была обозначена знаком информационной продукции, отсутствующим в классификации, данной законодателем.

При этом согласно части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том

числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

В соответствии с выходными данными издателем журнала является ООО «Издательский дом Сорокиной», которое по определению (пункт 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») является рекламораспространителем, т.е. лицом, осуществляющим распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

ООО «Издательский дом Сорокиной» представило письменные пояснения (вх. Омского УФАС России от 27.02.2020 № 1910э): «...Макет для публикации был создан с ошибочным знаком информационной продукции, отсутствующим в квалификации...».

Рекламораспространитель (ООО «Издательский дом Сорокиной») зная о том, что к рекламе зрелищных мероприятий законодательством Российской Федерации установлено обязательное указание категории информационной продукции, должен был осуществить распространение рекламы со знаком информационной продукции в соответствии с требованиями части 1 статьи 12 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

При этом Комиссия отмечает, что статья 38 Федерального закона «О рекламе» не устанавливает административной ответственность субъектов рекламной деятельности (рекламодатель, рекламораспространитель, рекламопроизводитель) за нарушение требований части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Учитывая тот факт, что размещение вышеуказанной рекламы носило разовый характер, Комиссия пришла к выводу об отсутствии необходимости в выдаче ООО «Издательский дом Сорокиной» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации 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 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу информационной продукции, распространенную ООО «Издательский дом Сорокиной» (ИНН 5504218781, ОГРН 1105543015082) в журнале «Архитектура и строительство Омской области» от 16.12.2019 № 4 (154), ненадлежащей, нарушающей требования части 11 статьи 5

Федерального закона «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ООО «Издательский дом Сорокиной» не выдавать.

Решение изготовлено в полном объеме 04.03.2020.

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