

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ

### О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ № 074/05/5-1865/2021

15 июля 2021 года

г. Челябинск, пр. Ленина, 59

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее – Челябинское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия), <...>, в рамках осуществления своих полномочий по государственному надзору за соблюдением законодательства Российской Федерации, по факту размещения в газете «Вечерний Челябинск» от 04.06.2021 № 40 (12446) на странице 16 в разделе «Афиша» рекламы зрелищного мероприятия «Макс Барских NEZEMNAYA / WORLD TOUR» с признаками нарушения Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»),

#### УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее – Челябинское УФАС России) рассмотрено заявление Роскомнадзора по Челябинской области (вх. № 8129/21 от 11.06.2021) по факту размещения в газете «Вечерний Челябинск» от 04.06.2021 № 40 (12446) на странице 16 в разделе «Афиша» рекламы зрелищного мероприятия «Макс Барских NEZEMNAYA / WORLD TOUR» без указания возрастной категории информационной продукции.

*Рассмотрение материалов приводит к следующим выводам.*

Согласно части 1 статьи 3 Федерального Закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 «О рекламе» (далее — Федеральный закон «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.

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 (пункт 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

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.

Соответственно, распространение такой неперсонифицированной информации о лице, товаре, услуге должно признаваться распространением среди неопределенного круга лиц, поскольку заранее невозможно определить всех лиц, для которых такая информация будет доведена.

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».

Таким образом, информация, размещенная в газете «Вечерний Челябинск» от 04.06.2021 № 40 (12446) на странице 16 в разделе «Афиша» о проведении зрелищного мероприятия «Макс Барских NEZEMNAYA / WORLD TOUR» является рекламой, поскольку распространяется посредством размещения в газете «Вечерний Челябинск», адресована неопределенному кругу лиц (то есть не персонифицирована) и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование и поддержания интереса к нему и продвижения на рынке.

Согласно части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29.12.2010 № 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»), без указания категории данной информационной продукции.

В соответствии со статьей 2 Федерального закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»:

- знак информационной продукции - графическое и (или) текстовое обозначение информационной продукции в соответствии с классификацией информационной продукции, предусмотренной частью 3 статьи 6 настоящего Федерального закона;
- 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;
- 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.

Согласно статьи 6 Федеральный закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» 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.

Знак информационной продукции размещается на **афишах** и иных объявлениях о проведении зрелищного мероприятия, а также на входных билетах, приглашениях и иных документах, предоставляющих право его посещения (часть 6 статьи 11 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»).

В соответствии со статьей 12 Федеральный закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» 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.

Размер знака информационной продукции должен составлять не менее чем пять процентов площади **афиши** или иного объявления о проведении соответствующего зрелищного мероприятия, объявления о кино- или видеопозаказе, а также входного билета, приглашения либо иного документа, предоставляющих право посещения такого мероприятия.

На момент фиксации реклама зрелищного мероприятия «Макс Барских NEZEMNAYA / WORLD TOUR» на странице 16 в разделе «Афиша» газеты «Вечерний Челябинск» не содержала знака информационной продукции, что противоречит требованиям части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе». Согласно выходным данным учредителем, издателем и распространителем газеты «Вечерний Челябинск» является МАУ ИГ «Вечерний Челябинск».

В силу части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» за нарушение требований, установленных частью 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» ответственность несет рекламодатель (лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любым средств).

Рекламодателем рекламы является МАУ ИГ «Вечерний Челябинск» (<...>).

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 24, 25 Правил рассмотрения антимонопольным органом

дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

#### **ОПРЕДЕЛИЛА:**

1. Возбудить производство по делу № 074/05/5-1865/2021 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
2. Продлить срок рассмотрения дела № 074/05/5-1865/2021 до 15.10.2021 .
3. Назначить дело № 074/05/5-1865/2021 к рассмотрению на **01 сентября 2021 года в 15 часов 00 минут** по адресу: г. Челябинск, пр. Ленина, 59, каб. 330.
- 3. МАУ ИГ «Вечерний Челябинск» представить в Челябинское УФАС России в срок до 27 августа 2021 года** надлежащим образом заверенные документы и сведения:
  - 3.1) проект макета рекламы зрелищного мероприятия «Макс Барских NEZEMNAYA / WORLD TOUR»;
  - 3.2) иные документы и сведения, имеющие значение для рассмотрения настоящего дела.

При участии в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе представителей, их полномочия должны быть оформлены доверенностью на право представления лица в антимонопольном органе.

**Доводим до вашего сведения, что непредставление в Федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде, либо представление недостоверных сведений (информации), влечет наложение административного штрафа в соответствии с частью 6 статьи 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.**

В целях обеспечения реализации Ваших прав на участие в рассмотрении дела путем дистанционного участия необходимо на адрес [to74@fas.gov.ru](mailto:to74@fas.gov.ru) **заблаговременно** представить ходатайство об участии в данном рассмотрении.

Для оперативного получения корреспонденции от Челябинского УФАС России в электронном виде можно подключить сервис «Электронные письма» АО «Почта России» (<https://zakaznoe.pochta.ru/>).