

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

о возбуждении дела № 055/05/5-679/2022 и назначении дела к рассмотрению

22 августа 2022 года

г. Омск

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее – Омское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе <...> – врио заместителя руководителя Омского УФАС России, рассмотрев материалы, свидетельствующие о признаках нарушения индивидуальным предпринимателем <...> (ИНН <...>, ОГРНИП <...>, далее – ИП <...>) требований частей 10.1 и 11 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

УСТАНОВИЛ:

В результате проведения мероприятий по контролю за соблюдением обязательных требований Федерального закона «О рекламе» Омским УФАС России выявлены следующие факты:

- 04.08.2022 на рекламной конструкции, установленной в районе торгово-выставочного комплекса «Каскад», и 11.08.2022 на рекламной конструкции в районе здания № 12 по пр. К. Маркса в г. Омске (вблизи остановки общественного транспорта «Ленинградская площадь») распространена реклама зрелищного мероприятия следующего содержания: *«13 июля открытие ТВЦ Каскад, пр. К. Маркса, 24 4 этаж т. 89585153682 ВЫСТАВКА ПАУКОВ арахниды ·хищные монстры · огромные птицеведы»;*

- 05.08.2022 на рекламной конструкции, установленной в районе здания № 12 по пр. К. Маркса в г. Омске, распространена реклама зрелищного мероприятия следующего содержания: *«ANGAR night club 6 августа 19.00 ITALO BEST HITS МАРЧЕЛЛО МА МИЛАН ИТАЛИЯ kassy.ru 905-777»;*

- 10.08.2022 на рекламной конструкции, установленной в районе здания № 12 по пр. К. Маркса в г. Омске, распространена реклама зрелищного мероприятия следующего содержания: *«ANGAR night club 30 сентября 19.00 КАРНАВАЛ ЛЕГЕНДАРНАЯ ГРУППА АЛЕКСАНДРА БАРЫКИНА с участием Георгия Барыкина Генеральный партнер СТБ ОХРАНА kassy.ru 905-777».*

По определению, данному статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «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;

объект рекламирования - это 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;

товар - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для

продажи, обмена или иного введения в оборот.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками – распространена наружным способом, направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к зрелищным мероприятиям – концертам Марчелло Ма и группы «Карнавал», а также выставке пауков.

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.

На основании части 3 статьи 6 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» классификация информационной продукции осуществляется в соответствии с требованиями указанного 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, возраста двенадцати лет;
4. информационная продукция для детей, возраста шестнадцати лет;

5) информационная продукция, запрещенная для детей (информационная продукция, содержащая информацию, предусмотренную частью 2 статьи 5 настоящего Федерального закона).

В силу 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».**

Согласно части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», без указания категории данной информационной продукции.

В нарушение требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» **знак информационной продукции в рекламе зрелищных мероприятий** (концерты Марчелло Ма и группы «Карнавал», выставка пауков) на момент фиксации **отсутствовал.**

Кроме того, в части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» установлено, что 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 частью 1 статьи 68 Конституции Российской Федерации, частью 1 статьи 1 Федерального закона от 01.06.2005 № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации» (далее – Федеральный закон «О государственном языке Российской Федерации») государственным языком Российской Федерации на всей ее территории является русский язык.

В силу пункта 10 части 1 статьи 3 Федерального закона «О государственном языке Российской Федерации» **государственный язык Российской Федерации подлежит обязательному использованию в рекламе.**

При этом частью 2 статьи 3 Федерального закона «О государственном языке Российской Федерации» императивно установлено, что в случаях использования в сферах, указанных в части 1 настоящей статьи, наряду с государственным языком Российской Федерации государственного языка республики, находящейся в составе Российской Федерации, других языков народов Российской Федерации или иностранного языка **тексты на русском языке и на государственном языке республики, находящейся в составе Российской Федерации, других языках народов Российской Федерации или иностранном языке, если иное не установлено законодательством Российской Федерации, должны быть идентичными по содержанию и техническому оформлению**, выполнены разборчиво, звуковая информация (в том числе в аудио- и аудиовизуальных материалах, теле- и радиопрограммах) на русском языке и указанная информация на государственном языке республики, находящейся в составе Российской Федерации, других языках народов Российской Федерации или иностранном языке, если иное не установлено законодательством Российской Федерации, также должна быть идентичной по содержанию, звучанию и способам передачи.

В нарушение части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» в рассматриваемой рекламе слова на иностранном языке *«night club»* (реклама концерта Марчелло Ма и группы «Карнавал»), *«ITALO BEST HITS»* (реклама концерта Марчелло Ма) были использованы без идентичного содержания и технического оформления на русском языке.

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

Согласно информации, размещенной на рекламных конструкциях, а также представленной в адрес Омского УФАС России Управлением делами Администрации г. Омска, разрешение на установку и эксплуатацию вышеуказанных рекламных конструкций выдано ИП <...>.

В пункте 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» установлено, что рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Исходя из определения, данного в пункте 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», ИП <...> 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».

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 2, 13, 24, 25 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу № 055/05/5-679/2022 по признакам нарушения требований частей 10.1 и 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать лицом, участвующим в деле:

-лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ИП <...> (ИНН <...>, ОГРНИП <...>, адрес: <...>).

3. Назначить дело № 055/05/5-679/2022 к рассмотрению **на 13 сентября 2022 года в 15:00 часов** по адресу: 644010, г. Омск, пр. К. Маркса, 12 А, к. 102.

4. ИП <...> **в срок до 07 сентября 2022 года** представить в адрес Управления письменный отзыв на настоящее определение с приложением документов, обосновывающих позицию ИП <...>.

В связи с эпидемиологической обстановкой рассмотрение дела осуществляется дистанционно.

Ссылки на предоставление возможности участия в рассмотрении дела об административном правонарушении путем видеоконференцсвязи (далее – ВКС): <https://fas3.tconf.rt.ru/c/7839085028>.

С инструкцией для участников ВКС можно ознакомиться по ссылке: https://fas.gov.ru/in_ca.pdf.

Председатель Комиссии <...>