

Учредителю сетевого издания

«Primorye 24» ООО
«Дальневосточный медиа центр»

Управление Федеральной службы
по надзору в сфере связи,
информационных коммуникаций по
Дальневосточному федеральному
округу

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА № 025/05/5-1023/2022 И НАЗНАЧЕНИИ ДЕЛА
К РАССМОТРЕНИЮ

31 октября 2022 года г. Владивосток

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Приморскому краю (далее - Приморское УФАС России) по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, заместитель руководителя управления – начальник отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции <...>, рассмотрев материалы Управления Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных коммуникаций по Дальневосточному федеральному округу (далее - Роскомнадзор) по мониторингу средств массовой информации (далее – СМИ) сетевого издания «Primorye 24» с признаками нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

УСТАНОВИЛ:

18.10.2022 в Приморское УФАС России из Роскомнадзора (исх. от 18.10.2022 № 13635-03/25) поступило информационное письмо с материалом (вх. № 7235-ЭП/22 от 18.10.2022), в котором указано, что в Роскомнадзор поступила информация о признаках нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О

рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе»).

В сетевом издании «Primorye 24» на сайте <https://primorye24.ru/news/post/165302-legendarnaya-gruppa-9-rayon-v-chest-30-letiya-dast-koncert-vo-vladivostoke-1> размещена информация зрелищного мероприятия «Легендарная группа «9 район» в честь 30-летия даст концерт во Владивостоке», в котором отсутствует знак информационной продукции.

Также в сетевом издании «Primorye 24» на сайте <https://primorye24.ru/news/post/165731-k-yubileynym-meropriyatiyam-gotovitsya-teatr-gorkogo-vo-vladivostoke> размещена информация зрелищного мероприятия Юбилейная программа Академического театра им. М. Горького» без указания знака информационной продукции.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «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.

Из пункта 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» следует, что 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.

Согласно пункту 3 статьи 3 ФЗ «О рекламе» товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Распространенная в сетевом издании «Primorye 24» на сайтах <https://primorye24.ru/news/post/165302-legendarnaya-gruppa-9-rayon-v-chest-30-letiya-dast-koncert-vo-vladivostoke-1>, <https://primorye24.ru/news/post/165731-k-yubileynym-meropriyatiyam-gotovitsya-teatr-gorkogo-vo-vladivostoke> информация соответствует понятию рекламы, закрепленному в статье 3 ФЗ «О рекламе», направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к объектам рекламирования - услугам и товарам оказываемым хозяйствующими субъектами.

Согласно статьи 2 Федерального закона от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О

защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (далее – ФЗ № 436) 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.

В соответствии с положением вышеуказанной статьи 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.

В части 6 статьи 11 ФЗ № 436 указано, что до начала демонстрации посредством зрелищного мероприятия информационной продукции ей присваивается знак информационной продукции. В случае демонстрации нескольких видов информационной продукции для детей разных возрастных категорий указанный знак должен соответствовать информационной продукции для детей старшей возрастной категории. Указанный знак размещается на афишах и иных объявлениях о проведении зрелищного мероприятия, а также на входных билетах, приглашениях и иных документах, предоставляющих право его посещения.

В соответствии с частью 10.1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации

в соответствии с требованиями ФЗ № 436, без указания категории данной информационной продукции.

Согласно части 3 статьи 6 ФЗ № 436 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, 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 указанного ФЗ № 436.

В соответствии с частью 6 и частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 10.1 статьи 5 несет рекламораспространитель.

Рекламораспространителем является сетевое издание «Primorye 24» (выписка СМИ серия Эл № ФС77-72727 от 04.05.2018. Территория распространения – зарубежные страны, Российская Федерация. Специализация – информационно-аналитическая, реклама в соответствии с законодательством Российской Федерации о рекламе.

Согласно выписки из реестра зарегистрированных средств массовой информации учредителем сетевого издания является ООО «Дальневосточный Медиа Центр».

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 ФЗ «О рекламе», а также руководствуясь Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу № 025/05/5-1023/2022 по признакам нарушения требований части 10.1 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. Признать лицами, участвующими в деле:

лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

- Учредитель сетевого издания «Primorye 24» ООО «Дальневосточный медиа центр» (ОГРН 1152540001393, дата присвоения ОГРН 27.02.2015, ИНН 2540209000, КПП 254301001);

заявитель: Управление Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных коммуникаций по Дальневосточному федеральному округу.

3. Назначить дело № 025/05/5-1023/2022 к рассмотрению **на 22.11.2022 года в 10 часов 30 минут** по адресу: г. Владивосток, ул. 1-я Морская, д. 4, кабинет 442 (тел. (423) 24-12-061).

4. Учредителю сетевого издания «Primorye 24» ООО «Дальневосточный медиа центр» представить в Приморское УФАС России в соответствии со статьей 33 и 34 ФЗ «О рекламе» в течение пяти рабочих дней с момента получения определения следующие документы и информацию:

- письменные объяснения по обстоятельствам указанным в определении;
- должностную инструкцию главного редактора;
- приказ о назначении на должность главного редактора (с указанием почтового адреса редакции).

Возможно предоставление запрашиваемой информации посредством электронной почты: fo25@fas.gov.ru.

Явка руководителей либо иных уполномоченных представителей лиц, с надлежащим образом оформленными полномочиями для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, **обязательна**.

В случае невозможности обеспечения явки возможно заявление ходатайства о рассмотрении дела в отсутствие представителя.