

ОПРЕДЕЛЕНИЕ № 055/05/5-236/2020
о возбуждении дела по признакам нарушения
законодательства Российской Федерации о рекламе

10 марта 2020 года

г. Омск

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее - Омское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе <...> - заместитель руководителя Омского УФАС России, рассмотрев материалы, свидетельствующие о признаках нарушения обществом с ограниченной ответственностью «АиФ-Омск» (далее - ООО «АиФ-Омск», Общество) требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

В Омское УФАС России из Управления Роскомнадзора по Омской области поступила информация о проведении мониторинга газеты «Аргументы и Факты» в Омске» от 26.02.2020 № 9 (1028), в ходе которого был выявлен факт размещения в издании рекламы зрелищного мероприятия с признаками нарушения требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»).

В соответствии с пунктом 1 статьи 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.

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.

Размещенная в газете «Аргументы и Факты» в Омске» информация по своему содержанию, способу распространения адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания, формирование и поддержание интереса к объекту рекламирования – концерту Сергея Пенкина, то есть в полной мере обладает всеми признаками рекламы.

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.

Статья 2 Федерального закона «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 момент фиксации распространяемая **реклама зрелищного мероприятия - концерта Сергея Пенкина не содержала знака информационной продукции**, что противоречит требованиям части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

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

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».

Согласно выходным данным, издатель газеты «Аргументы и факты» в Омске» - ООО «АиФ-Омск», 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 любым средств.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20 и 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № 055/05/5-236/2020 по признакам нарушения требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать лицом, участвующим в деле, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «АиФ-Омск»

3. Назначить дело № 055/05/5-236/2020 к рассмотрению **на 01 апреля 2020 года в 15:00 часов** по адресу: 644010, г. Омск, пр. К. Маркса, 12 А, к. 102.

4. ООО «АиФ-Омск» **в срок до 30 марта 2020 года** представить в адрес Управления (644010, г. Омск, пр. К.Маркса, д. 12А) письменный отзыв на настоящее определение (при необходимости).

Одновременно предупреждаю, что непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), а равно предоставление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо предоставление недостоверных сведений (информации) влечет за собой административное наказание в виде административного штрафа в соответствии с частью 6 статьи 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Явка представителя ООО «АиФ-Омск» для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна.



ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА
УПРАВЛЕНИЕ
Федеральной антимонопольной службы по Омской области

пр-кт К. Маркса, 12 А, г. Омск, 644010, e-mail: to55@fas.gov.ru

тел. (3812) 32-06-96, факс (3812) 32-06-96

РЕШЕНИЕ
№ 055/05/5-236/2020

01 апреля 2020 года

город Омск

Комиссия Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии <.....>, заместитель руководителя Омского УФАС России, члены Комиссии:

<...> – начальник отдела рекламы,

<...> – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы,

рассмотрев дело № 055/05/5-236/2020 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения обществом с ограниченной ответственностью «АиФ-Омск», <...> (далее - ООО «АиФ-Омск», Общество) в газете «Аргументы и факты в Омске» от 26.02.2020 № 9 (1028) рекламы, содержащей признаки нарушения требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в отсутствие представителя ООО «АиФ-Омск» (ходатайство от 25.03.2020 № 2892э),

УСТАНОВИЛА:

В адрес Омского УФАС России из Управления Роскомнадзора по Омской области (вх. № 2050 от 02.03.2020) поступила информация о проведении мониторинга информационного пространства, в ходе которого установлено, что в выпуске газеты «Аргументы и факты» в Омске» была размещена афиша зрелищного мероприятия, а именно Праздничного концерта Сергея Пенкина, в котором отсутствовал знак информационной продукции.

В ходе рассмотрения представленных материалов Омским УФАС России было установлено, что в газете «Аргументы и факты» в Омске» <...> <...> от 26.02.2020 № 9 (1028) на странице 16 размещалась информация о проведении концерта Сергея Пенкина.

Праздничный концерт

3 марта концертный зал начало в 19:00

просто...

СЕРГЕЙ ПЕНКИН

Билеты без наценки artistika.5how

Онлайн кассы: kassy.ru/kassir.ru, без указания знака информационной продукции.

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 – концерту Сергея Пенкина.

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 силу 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).

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».

Вместе с тем на момент фиксации факта распространения реклама зрелищного мероприятия (концерта Сергея Пенкина) не содержала знака информационной продукции, что противоречит требованию части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», согласно которой 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», без указания категории данной информационной продукции.

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

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.

По определению ООО «АиФ-Омск» является рекламодателем, т.е. лицом, осуществляющим распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункт 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Определением от 10.03.2020 Омским УФАС России в отношении рекламодателя – ООО «АиФ-Омск» было возбуждено дело № 055/05/5-236/2020 по признакам нарушения части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В письме от 25.03.2020 № 2892э ООО «АиФ-Омск» сообщило, что «...рекламодателем данного объявления является ООО «<...>. Макет рекламы был прислан в готовом для печати виде (формат. cdr). На мониторе и при распечатывании на принтере самого макета и газетных полос знак информационной продукции присутствовал, однако при печати в типографии пропал...

В допечатном цехе типографии АО «<...>», где печатается газета «Аргументы и факты» в Омске», при открытии наших файлов и отсутствии соответствующего файла гарнитуры на рабочей станции надпись автоматически заменена на другую гарнитуру, которая, помимо отличного от изначального начертания, имела другую кодировку; как следствие, знак информационной продукции на печатные формы выведен не был.

В связи с этим указанная ошибка была обнаружена после выхода газеты «Аргументы и факты « в Омске» в тираж...».

Рассмотрев материалы дела, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нарушении ООО «АиФ-Омск» требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы зрелищного мероприятия.

Учитывая разовое размещение вышеуказанной рекламы в газете «Аргументы и факты» в Омске» № 9 (1028) от 26.02.2020, Комиссия Омского УФАС России приняла решение о нецелесообразности выдачи ООО «АиФ-Омск» 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 зрелищного мероприятия - Праздничного концерта Сергея Пенкина, распространенную ООО «АиФ-Омск» в газете «Аргументы и факты в Омске» № 9 (1028) без указания знака информационной продукции ненадлежащей, нарушающей требования части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ООО «АиФ-Омск» не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Омского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении.

Решение изготовлено в полном объеме 02 апреля 2020 года.

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

Председатель Комиссии

<..>

Члены Комиссии:

<..>

<..>