

**ООО «Радио КАН»**

453120, РБ, г. Стерлитамак,  
ул. Черноморская, д.10

**ИП Лутошкин В.И.**

**Заявитель**

**Управление Федеральной службы по  
надзору в сфере связи,  
информационных технологий и  
массовых коммуникаций по  
Республике Башкортостан**

[rsockanc02@rkn.gov.ru](mailto:rsockanc02@rkn.gov.ru)

## **РЕШЕНИЕ**

по делу № 002/05/5-1487/2023

25.09.2023 года

г. Уфа, ул. Пушкина, 95

Решение в полном объеме изготовлено «02» октября 2023 года

Комиссия Башкортостанского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:  
ВРИО председателя Комиссии:

«...»;

Члены Комиссии:

«...»;

«...»;

рассмотрев дело № 002/05/5-1487/2023 возбужденное по материалам, поступившим от Управления Роскомнадзора по Республике Башкортостан в отношении ООО «Радио КАН» (ОГРН 1220200036715, ИНН 0268096458) и ИП Лутошкина Виталия Игоревича (ОГРНИП 316028000052800, ИНН 026826637245) по факту распространения рекламы с признаками нарушения части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе», Закон о рекламе),

в присутствии:

- представителя ООО «Радио КАН» (доверенность от 04.09.2023 года) и ИП Лутошкина В.И. (доверенность от 11.09.2023) – «...»,

## **УСТАНОВИЛА:**

11.07.2023 года в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Башкортостан (далее - УФАС по РБ, антимонопольная служба) от Управления Роскомнадзора по РБ поступили сведения о признаках нарушения требований ФЗ «О рекламе» (вх. № 10480-ЭП/23 от 06.07.2023 электронная почта,

срок рассмотрения продлен). Аналогичная информация представлена также по почте России (вх. № 10685/23 от 11.07.2023).

Так, Управлением Роскомнадзора по РБ по результатам проведения мероприятия контроля в отношении ООО «Радио КАН» (вещателя радиоканалов «Авторадио» (сетевой партнёр) и «Радио КАН» на частоте 101, 4 МГц в городах Салават и Стерлитамак, выявлена рекламная информация без указания знака информационной продукции.

Установлено, что в эфире радиостанции «Авторадио» и «Радио КАН» 29.06.2023 распространялась реклама следующего содержания:

- *«Салават, встречай! Цирк Шапито Circusland с 7 по 16 июля на площадке торгового комплекса Магнит. Вы увидите незабываемое шоу: леопарды, пума, черная пантера, озорной клоун «Буба» и воздушные гимнасты. Звоните 8-913-722-36-63».*

Время распространения:

**29.06.2023**

07:17:17-07:17:36

09:16:55-09:17:14

11:47:06-11:47:25

13:18:56-13:19:15

14:46:14-14:46:33

17:45:44-17:46:04

20:48:22-20:48:41

Согласно реестру лицензий на деятельность по телерадиовещанию лицензиатом на распространяемое средство массовой информации («Авторадио» и «Радио КАН») выступает ООО «Радио КАН» (ОГРН 1220200036715, ИНН 0268096458).

02.08.2023 года Башкортостанским УФАС России, в порядке части 2 статьи 36 Закона о рекламе возбуждено дело № 002/05/5-1487/2023 по признакам нарушения требований части 10.1 статьи 5 ФЗ «О рекламе». К участию в деле привлечены:

• **Заявитель:**

- Управление Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Республике Башкортостан.

• **Лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:**

- ООО «Радио КАН» (ОГРН 1220200036715, ИНН 0268096458).

Рассмотрение дела назначено на 24.08.2023 года.

24.08.2023 года на заседании Комиссии по рассмотрению дела № 002/05/5-1487/2023 по признакам нарушения законодательства о рекламе представитель ООО «Радио КАН» не присутствовал. От Общества поступило ходатайство (вх. № 13078-ЭП/23 электронная почта) об отложении рассмотрения дела на более поздний срок для подготовки необходимых сведений (документов и материалов). Ходатайство удовлетворено.

Комиссия Башкортостанского УФАС России определила:

1. продлить срок рассмотрения дела № 002/05/5-1487/2023.
2. отложить рассмотрение дела на другую дату – 05.09.2023 года.

05.09.2023 года на заседании Комиссии по рассмотрению дела № 002/05/5-1487/2023 по признакам нарушения законодательства о рекламе присутствовал:  
- «...» (доверенность от 04.09.2023 года) – представитель ООО «Радио КАН». Озвучена позиция, представлены материалы по делу (вх. № 13741/23).

Представителем заявлено ходатайство о привлечении к участию в деле в качестве рекламодателя ИП Лутошкина Виталия Игоревича, поскольку в соответствии с договором № 38 от 28.12.2022 года заключенным между ООО «Радио КАН» (Компания) и ИП Лутошкиным В.И. (рекламодателем), размещение рекламы в региональном эфире радиоканала «Автордио» и «РАДИО КАН» на территории г. Стерлитамак и г. Салават на частоте 101,4 МГц осуществляет ИП Лутошкин В.И. (ОГРНИП 316028000052800, ИНН 026826637245).

Комиссия Башкортостанского УФАС России определила:

1. привлечь к участию в деле ИП Лутошкина Виталия Игоревича (ОГРНИП 316028000052800, ИНН 026826637245) в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе.
2. отложить рассмотрение дела на другую дату – 14.09.2023 года.

14.09.2023 года на заседании Комиссии по рассмотрению дела № 002/05/5-1487/2023 по признакам нарушения законодательства о рекламе присутствовал:  
- «...» – представитель ООО «Радио КАН» (доверенность от 04.09.2023 года) и представитель ИП Лутошкина В.И. (доверенность от 11.09.2023). Озвучена позиция, представлены материалы по делу (вх. № 14301/23).

Комиссия Башкортостанского УФАС России определила:

1. отложить рассмотрение дела на другую дату – 25.09.2023 года.

25.09.2023 года на заседании Комиссии по рассмотрению дела № 002/05/5-1487/2023 по признакам нарушения законодательства о рекламе присутствовал:  
- «...» – представитель ООО «Радио КАН» (доверенность от 04.09.2023 года) и представитель ИП Лутошкина В.И. (доверенность от 11.09.2023). Озвучена позиция.

Исследовав материалы дела, заслушав пояснения, Комиссия пришла к выводу, что реклама, распространенная в эфире радиостанции «Автордио» и «Радио КАН» 29.06.2023 года следующего содержания:

- *«Салават, встречай! Цирк Шапито Circusland с 7 по 16 июля на площадке торгового комплекса Магнит. Вы увидите незабываемое шоу: леопарды, пума, черная пантера, озорной клоун «Буба» и воздушные гимнасты. Звоните 8-913-722-36-63».*

Время распространения:

**29.06.2023**

07:17:17-07:17:36

09:16:55-09:17:14

11:47:06-11:47:25

13:18:56-13:19:15

14:46:14-14:46:33

17:45:44-17:46:04

20:48:22-20:48:41

нарушает требования части 10.1 статьи 5 ФЗ «О рекламе». При этом Комиссия исходит из следующего.

В соответствии с пунктами 1, 2, 3 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.

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.

Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

По смыслу законодательного определения рекламой считается та информация, которая, во-первых, была распространена, во-вторых, адресована неопределенному кругу лиц, в-третьих, направляет внимание и интерес на объект рекламирования, в-четвертых, имеет цель продвинуть объект рекламы на рынок. Иными словами, реклама призвана выделить рекламируемый объект из ряда других объектов и привлечь к нему внимание, а также побуждать лиц из числа неопределенного круга, среди которых распространялась реклама, обратиться за приобретением товара.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками:

- распространена в эфире радиостанции.
- является общедоступной для восприятия неопределенного круга лиц.
- направлена на привлечения внимания потребителей к услугам и товарам, предоставляемым соответствующим рекламодателем и способствует формированию интереса к реализуемым товарам и их продвижение на рынке.
- объектом рекламирования выступает товар (услуги) – зрелищное мероприятие, цирковое шоу.
- целью распространения рекламы является увеличение спроса на рекламируемый товар (услуги).

Факт признания информации рекламной не оспаривается.

В рамках дела установлено, что между ООО «Радио КАН» и ИП Лутошкиным В.И. заключен договор № 38 от 28.12.2022 года в соответствии с которым Компания (ООО «Радио КАН») предоставляет Рекламораспространителю (ИП Лутошкин В.И.) на эксклюзивной основе право на размещения Рекламного проекта в Региональном эфире Радиоканала в пределах территории, а Рекламораспространитель обеспечивает проведение рекламной кампании (рекламных компаний) Рекламного проекта путем размещения рекламы в соответствии с условиями настоящего Договора и приложений к нему.

Пункт 3.1 Договора: Заключая настоящий Договор, Стороны осознают и соглашаются с тем, что реклама по настоящему Договору размещается только в форме рекламных роликов. Размещение по настоящему Договору рекламы в каких-либо других формах не допускается.

Региональная реклама в форме рекламных роликов по настоящему Договору размещается внутри конкретных Временных интервалов, расписание которых указывается в перспективной сетке вещания на соответствующий период, предоставляемой Компанией Рекламодателем.

Пункт 3.3 Договора: Региональная реклама, размещаемая Рекламодателем в Региональном эфире Радиоканала, должна соответствовать действующему законодательству Российской Федерации и требованиям, предъявляемым настоящим Договором и приложениями к нему.

Пункт 3.5 Договора: Рекламодатель осуществляет размещение Региональной рекламы (рекламного проекта) согласно выдаваемым Компанией DTMF с помощью оборудования автоматизированной системы врезки (вставки) Региональной рекламы в эфир Радиоканала, установленной по адресу: г. Стерлитамак, ул. Черноморская, д. 10.

Пункт 4.2.2 Договора: Рекламодатель самостоятельно, своими силами формирует рекламные материалы в Рекламный проект, осуществляет размещение Региональной рекламы (Рекламного проекта) в эфире Радиоканала путем врезки согласно выдаваемым Компанией DTMF меткам с помощью оборудования автоматизированной системы врезки (вставки), установленной по адресу: г. Стерлитамак, ул. Черноморская, д. 10., оставаясь полностью ответственным перед Компанией за соответствие размещаемой Региональной рекламы требованиям законодательства Российской Федерации, техническим требованиям, этическим, политическим и тематическим принципам Компании, а также за размещение рекламы в согласованные Сторонами временные интервалы.

Пункт 4.2.6 Договора: Рекламодатель соблюдает требования, предъявляемые действующим законодательством Российской Федерации и настоящим Договором к рекламе. Рекламодатель гарантирует Компании, что размещаемая реклама по своему содержанию и оформлению соответствует требованиям действующего законодательства Российской Федерации о рекламе и условиям настоящего Договора и приложений к нему и ее распространение в Региональном эфире Радиоканала не нарушает каких-либо прав третьих лиц, включая, но не ограничиваясь авторскими и смежными правами.

Все расчеты с авторами и обладателями смежных прав производятся Рекламодателем/рекламодателями/рекламопроизводителями самостоятельно.

В размещаемых рекламных роликах должны содержаться информация и предупреждения, предусмотренные ФЗ «О рекламе» в качестве обязательных.

Пункт 6.2 Договора: Рекламодатель несет полную ответственность за содержание, оформление и размещение Региональной рекламы, за нарушение авторских и смежных прав в отношении произведений и исполнений, вошедших в Региональную рекламу.

На основании положения указанного договора ИП Лутошкин В.И. выступил рекламодателем данной рекламы.

Статьей 2 Федерального закона от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (далее - ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию») установлены следующие понятия:

- 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.

Таким образом, цирковое шоу является зрелищным мероприятием.

Согласно части 3 статьи 6 ФЗ «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, достигших возраста двенадцати лет;
- 4) информационная продукция для детей, достигших возраста шестнадцати лет;
- 5) информационная продукция, запрещенная для детей.

Сведения, полученные в результате классификации информационной продукции, указываются ее производителем или распространителем в сопроводительных документах на информационную продукцию и являются основанием для размещения на ней знака информационной продукции и для ее оборота на территории Российской Федерации (часть 6 статьи 6 ФЗ «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 (статья 12 ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»):

- 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, системный анализ приведенных норм свидетельствует о том, что Федеральным законом от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ в целях обеспечения информационной безопасности детей предусмотрено обязательное размещение производителем и (или) распространителем на информационной продукции знака информационной продукции, независимо от ее категории.

Частью 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» установлено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Частью 10.1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» установлено, что 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.

Согласно афише и видеоролику, размещенному в официальной группе «Салават встречай! цирк шапито!» ([https://vk.com/public220792834?w=wall-220792834\\_244](https://vk.com/public220792834?w=wall-220792834_244)) шоу-программа имеет классифицирующий знак информационной продукции 0+, информационная продукция для детей, не достигших возраста шести лет.

К информационной продукции для детей, не достигших возраста шести лет, может быть отнесена информационная продукция, содержащая информацию, не причиняющую вреда здоровью и (или) развитию детей (в том числе информационная продукция, содержащая оправданные ее жанром и (или) сюжетом эпизодические ненатуралистические изображение или описание физического и (или) психического насилия (за исключением сексуального насилия) при условии торжества добра над злом и выражения сострадания к жертве насилия и (или) осуждения насилия) (статья 7 ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»).

Статья 13 Закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» устанавливает дополнительные требования к распространению информационной продукции посредством теле- и радиовещания. Так, частью 5 данной статьи установлено, что анонсы или сообщения о распространении посредством теле- и радиовещания информационной продукции должны сопровождаться знаком информационной продукции и (или) текстовым предупреждением об ограничении распространения информационной продукции среди детей, присвоенными данной информационной продукции.

В настоящем случае текстовое предупреждение при распространении анонса зрелищного мероприятия (информационная продукция для детей, не достигших возраста шести лет) отсутствовало, что является нарушением требований части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

По мнению индивидуального предпринимателя, отсутствие знака информационной продукции «0+» (информационная продукция для детей, не

достигших возраста шести лет) не является нарушением, так как в соответствии с порядком сопровождения информационной продукции, распространяемой посредством радиовещания, сообщением об ограничении распространения информационной продукции среди детей в начале трансляции радиопередач, утвержденным Приказом Минкомсвязи России от 31.07.2020 N 368, требование о текстовом (звуковом) предупреждении применяется к категории информационной продукции для детей, достигших возраста шести лет («старше шести лет»), двенадцати лет («старше двенадцати лет»), шестнадцати лет («старше шестнадцати лет») и восемнадцати лет («запрещено для детей»). Требование о сообщении об ограничении распространения среди детей посредством радиовещания информационной продукции для детей, не достигших возраста шести лет не предусмотрено.

С указанной позицией Комиссия не согласна, так как положения порядка, утвержденного Приказом Минкомсвязи России от 31.07.2020 N 368 устанавливают правила сопровождения радиопередач, содержащих информацию, способную причинить вред здоровью и (или) развитию детей, (негативная информация) (за исключением радиопередач, транслируемых в эфире без предварительной записи) сообщением об ограничении распространения среди детей информационной продукции, содержащей негативную информацию.

Требования приказа не применяются в отношении рекламы (анонсов) зрелищных мероприятий.

Ответственность за нарушение данной нормы ФЗ «О рекламе», в соответствии с частью 7 статьи 38 данного Закона, возложена на рекламораспространителя.

Рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункт 7 статьи 3 Закона о рекламе).

Материалами дела установлено, что ИП Лутошкин М.В. выступил рекламораспространителем указанной рекламы. Данное обстоятельство не оспаривается.

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Комиссией принято решение предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ИП Лутошкину М.В. не выдавать, так как на момент принятия решения рекламная информация не распространяется.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 42-48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,



**РЕШИЛА:**

1. Признать ИП Лутошкина М.В. рекламодателем рекламы.

2. Дело в отношении ООО «Радио КАН» прекратить.

3. Признать ненадлежащей рекламу (Цирк Шапито Circusland), распространенную в эфире радиостанции «Новое радио» и «Новое радио СТР» в 29.06.2023 года, поскольку в ней нарушены требования части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

4. Предписание о прекращении нарушений требований законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать в связи с отсутствием оснований для его выдачи.

5. Передать материалы дела для возбуждения административного производства, предусмотренного статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

ВРИО председателя Комиссии

«...»

Члены Комиссии

«...»

«...»