



**ФЕДЕРАЛЬНАЯ  
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА**

**УПРАВЛЕНИЕ  
Федеральной антимонопольной службы  
по Свердловской области**

ул. Московская, 11, г. Екатеринбург, 620014  
тел. (343) 377-00-83, факс (343) 377-00-84  
e-mail: [to66@fas.gov.ru](mailto:to66@fas.gov.ru)

ООО «Медиагород-плюс»

2-ая Белореченская, 12,  
г. Серов, 624992  
[tv700@mail.ru](mailto:tv700@mail.ru)

№ \_\_\_\_\_

На № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_

**ОПРЕДЕЛЕНИЕ**

**О ВОЗБУЖДЕНИ ДЕЛА № 066/05/14-2444/2021 И НАЗНАЧЕНИИ ДЕЛА К РАССМОТРЕНИЮ**

«09» июля 2021 г.

г. Екатеринбург

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе <...> (заместитель руководителя Управления), рассмотрев заявление Управления Роскомнадзора по Уральскому федеральному округу (вх.№01-17333 от 15.06.2021) о распространении 24.05.2021 и 29.05.2021 на телеканале «Серов ТВ» рекламы с признаками нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

**УСТАНОВИЛ:**

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области поступило заявление Управления Роскомнадзора по Уральскому федеральному округу (вх.№01-17333 от 15.06.2021), в котором указало на факт распространения 24.05.2021 на телеканале «Серов ТВ», не специализирующемся на сообщениях и материалах рекламного характера, рекламы с превышением допустимой ч.3 ст.14 Закона о рекламе общей продолжительности в течение суток, а также на распространение 29.05.2021 рекламы зрелищных мероприятий Серовского исторического музея (период демонстрации с 9:03:26 по 9:04:20), в которой отсутствует знак информационной продукции.

К заявлению приложены Справка о результатах анализа записей эфира телеканала «Серов ТВ» за период с 24.05.2021 по 30.05.2021, а также видеозапись эфира в указанное время, анализ которой позволяет сделать следующие выводы.

Общая продолжительность вещания на телеканале «Серов ТВ» 24.05.2021 составила 00:40:25 (40 минут 25 секунд) = 100 % времени вещания в течение суток.

Общая продолжительность рекламы в период вещания составила 00:12:47 (12 минут 47 секунд), то есть **30% вещания в течение суток:**

- 1) 00:01:18 - спонсорская реклама «Ковры. Паласы» (озвучена диктором, а также в виде наложения на кадр);
- 2) 00:03:27 - рекламный блок («Старый хлебозавод», Уральский колледж экономики и права, фирма «Рин», выставка-продажа в ДК «Железнодорожников», ООО «Стромос-С»,

- «Детейлинг Центр Еврогласс», магазин одежды «Реал», «Индийская ярмарка», «Памятники»);
- 3) 00:00:35 - спонсорская реклама «Ковры. Паласы» (в виде наложения на кадр);
  - 4) 00:02:39 - рекламный блок (магазин одежды «Реал», Уральский колледж экономики и права, «Индийская ярмарка», ООО «Стромос-С», «Старый хлебозавод», фирма «Рин», выставка-продажа в ДК «Железнодорожников»);
  - 5) 00:00:54 - спонсорская реклама «Старый хлебозавод» (озвучена диктором, а также в виде наложения на кадр);
  - 6) 00:03:54 – передача на правах рекламы «За покупками» (выставка-продажа в ДК «Железнодорожников»).

Согласно ч.3 ст.14 Закона о рекламе **общая продолжительность** распространяемой в телепрограмме **рекламы** (в том числе такой рекламы, как телемагазины), прерывания телепрограммы рекламой (в том числе спонсорской рекламой) и совмещения рекламы с телепрограммой способом «бегущей строки» или иным способом ее наложения на кадр телепрограммы **не может превышать** двадцать процентов времени вещания в течение часа и **пятнадцать процентов времени вещания в течение суток**, за исключением случаев, предусмотренных **частями 3.4 и 3.5** настоящей статьи.

Также 29.05.2021 в эфире в составе блока новостей «ИКС: информация, комментарии, события» под видом новостного сюжета транслировалась реклама зрелищного мероприятия «Выставка в музее», которая имела следующее содержание:

«Теперь поговорим о том, какие события в культурной жизни города ожидают нас в уикенд. Если вы давно не были в **Серовском историческом музее**, то самое время навестить. В субботу для всех желающих состоится **мастерская выходного дня**, где научные сотрудники покажут **мастер-класс по изготовлению светодиодной открытки**.

Кроме того, **по адресу Ленина, 136** в основном здании музея свою работу продолжает **выставка «Гаджеты прошлого века»**. Приходите сами и приводите детей, им будет интересно узнать, как зарождалась первая фотография, что такое граммофон и арифмометр. Здесь же можно услышать уже забытый многими треск виниловых пластинок под иглой радиолы.

В выставочном зале **по адресу Ленина, 126** можно окунуться в мир вдохновения художницы Людмилы Стуковой. Серовчанка поделилась итогами своего долгого пути от самоучки до профессионального художника. В стенах выставочного зала представлены работы в разных техниках, а также в самой любимой у автора – масляной живописи.

**Запись на экскурсии по телефонам: 6-38-55 (музей), 7-19-00 (выставочный зал)».**



Законодательством Российской Федерации согласно ч. 4 ст. 5 Федерального закона от 27.07.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» могут быть установлены виды информации в зависимости от ее содержания или обладателя. При

этом под **рекламой** в ст. 3 Закона о рекламе 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 (п. 1); под **объектом 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 (п.2); под **товаром** – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (п.3).

В Письме ФАС России от 16.03.2012 №ИА/7867 «О рекламе на дорожных знаках» разъяснено, что к рекламной информации, направленной на формирование и поддержание интереса к определенному лицу и его продвижение на рынке относится указание следующей информации о лице:

- наименование юридического лица, индивидуального предпринимателя или название торгового предприятия данного лица (независимо от указания вида деятельности), выполненное с использованием товарных знаков, логотипов или иных индивидуализирующих данное лицо обозначений, цветов,
- контактная информация о лице (почтовый адрес, телефон, адрес сайта, электронной почты и т.п.),
- характеристика, описание лица, его деятельности,
- информация о производимых или реализуемых товарах.

При этом, указание исключительно на профиль деятельности организации «Аптека», «Супермаркет», «Салон красоты» (т.е. без указания обозначения, индивидуализирующего данную организацию, - наименования, товарного знака), не подпадает под понятие рекламы.

В спорной информации указано наименование хозяйствующего субъекта - Серовский исторический музей, приведена контактная информация - адрес, номера телефонов, сообщено о проводимых мероприятиях (мастер-класс по изготовлению светодиодной открытки, выставка «Гаджеты прошлого века», выставка художницы Л. Стуковой), время и место их проведения (в субботу, адреса выставочных залов). Информация адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования - Серовскому историческому музею и проводимым им мероприятиям, формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке (реклама обеспечивает доход музею от продажи билетов на поименованные мероприятия, которые пройдут в будущем).

Согласно п.3 ч.2 ст.2 Закона о рекламе настоящий Федеральный закон не распространяется на справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой.

Справочно-информационные материалы представляют собой совокупность упорядоченных сведений по отдельной тематике, зафиксированных на материальном носителе. Это могут быть статистические, сводные или регулярно видоизменяющиеся полезные данные, основанные на количественных и качественных показателях отдельных явлений, объектов.

Аналитические материалы - это сведения, зафиксированные на материальном носителе и состоящие из описания (объяснения, выводы) какого-либо явления, процесса путем применения логических приемов.

Согласно Письму ФАС России от 25.09.2019 №АК/83509/19 к справочно-информационным материалам относится информация, содержащая одинаковый набор сведений об организациях или товарах (услугах), и сгруппированная по определенным рубрикам, направленная на извещение потребителей информации о перечне существующих хозяйствующих субъектов, а также обозначение осуществляемого ими вида деятельности, или о перечне предлагаемых товаров, услуг (однотипные сведения о нескольких лицах и предлагаемых ими товарах (услугах)).

Спорная информация по своей природе к справочно-информационным или аналитическим материалам не относится, является информацией рекламного характера, завуалированной под новостной сюжет, распространенной в составе не рекламного, а новостного блока. Следовательно, на данную информацию распространяются требования Закона о рекламе.

В соответствии с ч. 10.1 ст. 5 Закона о рекламе, не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Закона о защите детей, без указания категории данной информационной продукции.

Статьей 2 Закона о защите детей 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 (п. 2);

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** (п. 3);

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 (п. 5);

Согласно **ч. 1 ст. 12** Закона о защите детей категория информационной продукции может обозначаться знаком информационной продукции и (или) текстовым предупреждением об ограничении распространения информационной продукции среди детей.

В соответствии с ч. 3 ст. 6 Закона о защите детей классификация информационной продукции осуществляется 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 ч. 2 ст. 5 настоящего Федерального закона).

Вышеуказанная информация, распространенная 29.05.2021 в эфире телеканала «Серов ТВ», является рекламой зрелищных мероприятий – культурно-просветительных мероприятий в виде мастер-класса по изготовлению светодиодной открытки, выставки «Гаджеты прошлого века», выставки художницы Л. Стуковой, то есть, является рекламой информационной продукции, которая, таким образом, должна сопровождаться указанием возрастной категории.

Между тем, в спорной рекламе отсутствует указание на знак информационной продукции, предусмотренный ч.3 ст.6 Закона о защите детей, и (или) текстовое предупреждение об ограничении распространения информационной продукции среди детей, в связи с чем, реклама нарушает требования ч. 10.1 ст.5 Закона о рекламе.

Согласно ч.1 ст.14 Закона о рекламе прерывание телепрограммы или телепередачи рекламой, то есть остановка трансляции телепрограммы или телепередачи для демонстрации рекламы, должно предваряться сообщением о последующей трансляции рекламы, за исключением прерывания спонсорской рекламой.

Спорная реклама не предварялась сообщением о последующей трансляции рекламы.

В соответствии с ч.7 ст.38 Закона о рекламе ответственность за нарушение ч. 10.1 ст. 5, ч.1 и ч.3 ст.14 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (п. 7 ст. 3 Закона о рекламе).

Управление Роскомнадзора по УрФО к своему обращению приложило регистрационную карточку телеканала «Серов ТВ», согласно которой СМИ телеканал «Серов ТВ» зарегистрирован 05.06.2019, свидетельство ЭЛ №ТУ66-01774, лицензия №29873 от 12.07.2019 на телевизионное вещание телеканала выдана ООО «Медиагород-Плюс».

Таким образом, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Медиагород-Плюс».

На основании вышеизложенного усматриваются признаки нарушения ч. 10.1 ст. 5, ч.1 и ч.3 ст.14 Закона о рекламе, выразившегося в распространении 29.05.2021 на телеканале «Серов ТВ»

рекламы зрелищных мероприятий Серовского исторического музея, в которой отсутствует знак информационной продукции, данной рекламы без предварительного сообщения о последующей трансляции рекламы, а также в распространении 24.05.2021 рекламы, общая продолжительность которой составила более 15% времени вещания в течение суток, а именно - 30%.

На основании **пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36** Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, №12, ст. 1232) (далее - Федеральный закон «О рекламе») и в соответствии с **пунктами 24, 25** Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

#### ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу №066/05/14-2444/2021 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

заявитель - Управление Роскомнадзора по Уральскому федеральному округу (620027, Свердловская область, г. Екатеринбург, ул. Азина, д. 40, офис 80, ОГРН: 1046603151935, дата присвоения ОГРН: 28.07.2004, ИНН: 6659107821, КПП: 667801001);

лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства - ООО «Медиагород-Плюс» (624992, Свердловская область, г. Серов, 2-я Белореченская ул., 12, ОГРН: 1136680000280, дата присвоения ОГРН: 06.03.2013, ИНН: 6680002050, КПП: 668001001).

3. Назначить дело №066/05/14-2444/2021 к рассмотрению на **04 августа 2021 г. в 10 час. 00 мин.** по адресу: г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, 3 этаж, зал заседания комиссии (каб. 314) путем проведения видеоконференцсвязи через систему TrueConf, для участия в которой в указанное время необходимо перейти по ссылке <https://fas2.tconf.rt.ru/c/8166300387>

4. Представить ООО «Медиагород-Плюс» в срок до **30 июля 2021 г.** следующие документы и сведения:

1) копии учредительных документов, свидетельства о государственной регистрации в качестве юридического лица, свидетельства о постановке на налоговый учет;

2) копию устава редакции;

3) сведения о лице, исполнявшем обязанности главного редактора на даты распространения спорной рекламы, включая копию паспорта данного лица (разворот страниц с фотографией и пропиской), приказа о назначении на должность;

4) копию документа (сетка вещания, иное) за 24.05.2021, отражающего продолжительность суточного вещания телеканала «Серов ТВ», а также выход каждого рекламного ролика на данном телеканале в течение указанных суток и его продолжительность;

5) копию договора с рекламодателем распространенной 29.05.2021 в эфире телеканала «Серов ТВ» рекламы зрелищных мероприятий - культурно-просветительных мероприятий в виде мастер-класса по изготовлению светодиодной открытки, выставки «Гаджеты прошлого века», выставки художницы Л. Стуковой, включая все имеющиеся приложения, в том числе, копию утвержденного макета;

б) письменное объяснение по факту распространения рекламы с признаками нарушения рекламного законодательства.

*Явка ООО «Медиагород-Плюс», в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна.*

Председатель Комиссии

<...>