

## РЕШЕНИЕ

по делу № 055/05/5-674/2021

28 июля 2021 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: <...>,

рассмотрев дело № 055/05/5-674/2021 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения обществом с ограниченной ответственностью «Медиа С» (ИНН <...>, ОГРН <...>, далее – ООО «Медиа С», Общество) в журнале «Антенна -Телесемь в Омске» рекламы, содержащей признаки нарушения требований части 11 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в отсутствие законного представителя ООО «Медиа С», извещенного надлежащим образом,

### УСТАНОВИЛА:

В адрес Омское УФАС России из Управления Роскомнадзора по Омской области поступили материалы о проведении мониторинга журнала «Антенна -Телесемь в Омске» (реестровый номер ПИ № ТУ 55-00611 от 11.03.2020) от 01.06.2021 № 22 (283), в ходе которого выявлены факты размещения рекламы зрелищных мероприятий:

- «СКАЗКА «ЗОЛОТОЙ КЛЮЧИК» В Италии, в городке на берегу Средиземного моря произошла совершенно удивительная история... Шарманщику Карло от старинного приятеля Джузеппе достается говорящее полено, из которого он решает смастерить деревянного мальчика по имени Буратино... Зрителей приглашают в Омский драматический театр «Галерка» 5 июня в 11:00. Билеты: 200-400», **сопровождающейся знаком информационной продукции «3+»;**

- «НОВЫЙ ПЛЯЖ В ЦЕНТРЕ ГОРОДА Пляж на Кольцевой ОТКРЫТИЕ 1 ИЮНЯ ул.2-я Кольцевая, 19/9 506-006», **сопровождающейся знаком информационной продукции «2+».**

Исходя из определения, данного в пункте 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.

**Товар** - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (пункт 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – зрелищным мероприятиям (сказка «Золотой ключик», «открытие пряжа на

Кольцевой»).

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».**

Таким образом, рекламодатель, зная о том, что к рекламе зрелищных мероприятий законодательством Российской Федерации установлено обязательное указание категории информационной продукции, должен был осуществить распространение рекламы со знаком информационной продукции в соответствии с требованиями части 1 статьи 12 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

Вместе с тем **реклама зрелищных мероприятий (сказка «Золотой ключик», «открытие пряжа на Кольцевой»)** была **обозначена знаками информационной продукции «3+», «2+», отсутствующими в классификации, данной законодателем.**

Согласно части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» 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 выходными данными издателем журнала «Антенна-Телесемь в Омске» является ООО «Медиа С».

В пункте 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» установлено, что рекламодатель - 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», ООО «Медиа С» является рекламодателем.

Антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе (пункт 1 части 1 статьи 33 Федерального закона «О рекламе»).

Определением от 30.06.2021 в отношении ООО «Медиа С» Омским УФАС России возбуждено дело №055/05/5-675/2021 по признакам нарушения части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

На запрос Омского УФАС России ООО «Медиа С» была представлена информация (вх. № 6103 от 18.06.2021), согласно которой: «...распространенная в журнале «Антенна-Телесемь в Омске» от 01.06.2021 № 22 (283) реклама – анонс мероприятия с размещением знака информационной продукции «2+ и 3+», не содержит информацию, причиняющую детям вред здоровью и (или) их развитию...»

В выпущенных анонсах поставлены знаки возрастной маркировки, то есть редактором журнала «Антенна-Телесемь в Омске» были предприняты меры по обозначению информационной продукции (в рассматриваемом случае графическим обозначением). При этом, представляется, что использование графического обозначения информационной продукции «2+ и 3+» вместо «0+», не может являться основанием для привлечения учредителя журнала «Антенна-Телесемь в Омске» к ответственности, а также то, что этим он нанес вред

здоровью юным читателям и (или) их развитию».

Рассмотрев материалы дела, пояснения ООО «Медиа С», Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нарушении ООО «Медиа С» требований части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы зрелищных мероприятий в журнале «Антенна-Телесемь в Омске» от 01.06.2021 № 22 (283).

Учитывая тот факт, что размещение вышеуказанной рекламы носило разовый характер, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу об отсутствии необходимости в выдаче ООО «Медиа С» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

При этом Комиссия отмечает, что статья 38 Федерального закона «О рекламе» не устанавливает ответственность за нарушение части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» и не определяет субъекта ответственности за нарушение данной нормы.

Руководствуясь статьями 33, 36 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с пунктами 42-48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать распространенную ООО «Медиа С» в журнале «Антенна-Телесемь в Омске» от 01.06.2021 № 22 (283) рекламу зрелищных мероприятий:

- «СКАЗКА «ЗОЛОТОЙ КЛЮЧИК» В Италии, в городке на берегу Средиземного моря произошла совершенно удивительная история... Шарманщику Карло от старинного друга Джузеппе достается говорящее полено, из которого он решает смастерить деревянного мальчика по имени Буратино... Зрителей приглашают в Омский драматический театр «Галерка» 5 июня в 11:00. Билеты: 200-400», сопровождающуюся знаком информационной продукции «3+»,

- «НОВЫЙ ПЛЯЖ В ЦЕНТРЕ ГОРОДА Пляж на Кольцевой ОТКРЫТИЕ 1 ИЮНЯ ул.2-я Кольцевая, 19/9 506-006», сопровождающуюся знаком информационной продукции «2+», ненадлежащей, нарушающей требования части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ООО «Медиа С» не выдавать.

Решение изготовлено в полном объеме 29 июля 2021 года.

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

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии <...>