

## РЕШЕНИЕ

по делу № 055/05/5-839/2021

02 сентября 2021 года

город Омск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее - Омское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии – <...>, врио заместителя руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии: <...>,

рассмотрев дело № 055/05/5-839/2021 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения бюджетным учреждением Омской области «Омская правда» (ОГРН 1025500975268, ИНН 5504040259, далее – БУ «Омская правда») рекламы, нарушающей требования пункта 1 части 2, пункта 1 части 3, части 11 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в отсутствие законного представителя БУ «Омская правда», извещенного надлежащим образом,

### УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Омским УФАС России выявлены факты распространения в газете «Омская правда» (свидетельство о регистрации ПИ № ТУ55-00097 от 25 февраля 2009 года) в выпусках № 27 (25 434) от 14 июля 2021 года, № 28 (25 435) от 21 июля 2021 года, № 30 (25 437) от 04.08.2021 года рекламы, содержащей признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»).

1. На странице № 7 в вышеуказанных выпусках газеты «Омская правда» размещена реклама зрелищных мероприятий:

- автобусная экскурсия «ГОРОД С МУЖСКИМ ХАРАКТЕРОМ», **сопровождающаяся знаком информационной продукции «7+»** (выпуск № 27 (25 434) от 14 июля 2021 года);

- велоэкскурсия по историческому центру Омска «КОЛЕСО ИСТОРИИ», **сопровождающаяся знаком информационной продукции «10+»** (выпуски № 28 (25 435) от 21 июля 2021 года и № 30 (25 437) от 04.08.2021 года).

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.

В силу пункта 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 (автобусная экскурсия, велоэкскурсия).

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) 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, рекламораспространитель 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 вышеуказанных зрелищных мероприятий была обозначена знаками информационной продукции «7+», «10+», отсутствующими в классификации, данной законодателем**, что противоречит требованиям части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», согласно которой при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

**2.** На странице № 23 в выпусках № 28 (25 435) от 21 июля 2021 года и № 30 (25 437) от 04.08.2021 года газеты «Омская правда» распространялась рекламная информация следующего содержания: *«СТРОИТЕЛЬНА БРИГАДА Изготовление и установка заборов, бань, сараев, дач. Внутренняя и внешняя отделка жилых и нежилых помещений. Выполняем кровельные и фасадные работы. Литье фундамента. Дорожки, отмостки. Качественно и надежно! 30% **Самые низкие цены** 30% Пенсионерам скидки! Работаем с нашим материалом и материалом заказчика. Выезд мастера на замер бесплатный! 8-983-528-47-11 8-960-999-11-22 Артур \*Подр. по тел.».*

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к строительной бригаде и оказываемым ей услугам.

Одновременно реклама содержит утверждение *«Самые низкие цены».*

В силу части 1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно пункту 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о **преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.**

В пункте 29 постановления Пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 года № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» отмечено, что информация, содержащаяся в рекламе,

должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться **с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.**

Данное объективное подтверждение может быть установлено победой в конкурсе, экспертным исследованием, независимой экспертизой, независимым опросом и т.д. Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

В вышеуказанной рекламе использовано утверждение «*Самые низкие цены*», которое должно приводиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение. Вместе с тем, реклама, в нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не сопровождалась таким подтверждением.

Более того, в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами. В рассматриваемой рекламе содержится некорректное сравнение - сопоставление исключительности цен по отношению к другим участникам рынка (конкурентам). Некорректность сравнения цен с ценами на аналогичные товары (услуги), реализуемые другими продавцами, следует из того, что формируется общая оценка более выгодных условий оказания услуг перед конкурентами.

Использованное словосочетание «*Самые низкие цены*» предполагает, что рекламируемые таким способом товары (услуги) должны быть востребованы со стороны потребителей с точки зрения их низкой цены. Указанная реклама свидетельствует о том, что ни один другой участник рынка не имеет таких цен на рекламируемые товары.

Таким образом, в указанной рекламе усматриваются признаки нарушения требований пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно выходным данным издателем газеты «Омская правда» является БУ «Омская правда».

На запрос Омского УФАС России БУ «Омская правда» была представлена информация, согласно которой «...Обозначение категории информационной продукции знаком, не соответствующим знакам, установленным Федеральным законом «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» было размещено не умышленно. Макета с информацией о мероприятии поступили в редакцию с несоответствующими законодательству информационными знаками. Информация не была исправлена верстальщиком в связи с незнанием норм законодательства...»

2. В выпусках № 28 от 21 июля 2021 года, № 30 от 4 августа 2021 года газеты «Омская правда» на странице 23 размещена реклам строительных услуг. В указанной рекламе использовано утверждение «*Самые низкие цены*», не сопровождающееся указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Указанное нарушение законодательства допущено учреждением не умышленно. Не

осуществлен надлежащий контроль за содержанием размещаемой рекламы.

Редакцией проведены мероприятия по информированию работников редакции о необходимости соблюдения законодательства о рекламе.

**Договор на распространение рекламы в письменном виде не заключался, оказание услуг по размещению рекламы осуществлялось по факту оплаты и согласования макета. Услуги по размещению рекламы оказывались физическому лицу <...>».**

При этом копия согласованного сторонами макета в адрес Омского УФАС России не представлена. Приложенные к ответу БУ «Омская правда» платежные поручения № 246396 от 19.07.2021 и № 53861 от 26.07.2021 не позволяют утверждать, что оплата была произведена именно за размещение вышеуказанной рекламы строительных услуг.

В соответствии с пунктом 6 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

В пункте 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» установлено, что рекламораспространитель - 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», БУ «Омская правда» является рекламораспространителем.

Кроме того, учитывая отсутствие доказательств того, что вышеуказанная реклама строительных услуг на странице № 23 в выпусках № 28 (25 435) от 21 июля 2021 года и № 30 (25 437) от 04.08.2021 года газеты «Омская правда» была размещена по заказу третьих лиц и согласована с ними, Комиссия Омского УФАС России полагает, что БУ «Омская правда» одновременно выступает и рекламопроизводителем в силу пункта 6 статьи 3 Федерального закона «О рекламе».

При этом рекламопроизводитель на основании части 8 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6 и 7 настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нарушении БУ «Омская правда» требований пункта 1 части 2, пункта 1 части 3, части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы в газете «Омская правда» (выпуски № 27 (25 434) от 14 июля 2021 года, № 28 (25 435) от 21 июля 2021 года, № 30 (25 437) от 04.08.2021 года).

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.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы, в целях обеспечения реализации права потребителя на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства о рекламе.

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении

нарушения Федерального закона «О рекламе».

Учитывая, что у Омского УФАС России на момент рассмотрения настоящего дела отсутствуют доказательства, подтверждающие устранение нарушения в добровольном порядке, Комиссией Омского УФАС России принято решение о необходимости выдачи БУ «Омская правда» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь статьями 33, 36 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с пунктами 42-55 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 БУ «Омская правда» (ОГРН 1025500975268, ИНН 5504040259) рекламу:

- «**СТРОИТЕЛЬНА БРИГАДА** Изготовление и установка заборов, бань, сараев, дач. Внутренняя и внешняя отделка жилых и нежилых помещений. Выполняем кровельные и фасадные работы. Литье фундамента. Дорожки, отмостки. Качественно и надежно! 30% **Самые низкие цены** 30% Пенсионерам скидки! Работаем с нашим материалом и материалом заказчика. Выезд мастера на замер бесплатный! 8-983-528-47-11 8-960-999-11-22 Артур \*Подр. по тел.» (выпуски № 28 (25 435) от 21 июля 2021 года и № 30 (25 437) от 04.08.2021 года газеты «Омская правда») ненадлежащей, нарушающей требования пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»;

- «автобусная экскурсия «**ГОРОД С МУЖСКИМ ХАРАКТЕРОМ**», **сопровождающуюся знаком информационной продукции «7+**» (выпуск № 27 (25 434) от 14 июля 2021 года) и «велоекскурсия по историческому центру Омска «**КОЛЕСО ИСТОРИИ**», **сопровождающуюся знаком информационной продукции «10+**» (выпуски № 28 (25 435) от 21 июля 2021 года и № 30 (25 437) от 04.08.2021 года), ненадлежащей, нарушающей требования части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать БУ «Омская правда» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

Решение изготовлено в полном объеме 06 сентября 2021 года.

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

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии: <...>

## ПРЕДПИСАНИЕ

**о прекращении нарушения законодательства**

**Российской Федерации о рекламе**

**по делу № 055/05/5-839/2021**

02 сентября 2021 года  
город Омск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее - Омское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии – <...>, врио заместителя руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии: <...>,

на основании своего решения от 02.09.2021 по делу № 055/05/5-839/2021 о признании рекламы, распространенной бюджетным учреждением Омской области «Омская правда» (ОГРН 1025500975268, ИНН 5504040259, далее – БУ «Омская правда»), ненадлежащей, нарушающей требования пункта 1 части 2, пункта 1 части 3, части 11 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, пунктом 3.59 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

#### ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. БУ «Омская правда» (ОГРН 1025500975268, ИНН 5504040259) **в течение семи рабочих дней** с момента получения настоящего предписания прекратить нарушение требований:

- **пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закон «О рекламе»**, а именно: сопровождать рекламу строительных услуг: *«СТРОИТЕЛЬНА БРИГАДА Изготовление и установка заборов, бань, сараев, дач. Внутренняя и внешняя отделка жилых и нежилых помещений. Выполняем кровельные и фасадные работы. Литье фундамента. Дорожки, отмостки. Качественно и надежно! 30% Самые низкие цены 30% Пенсионерам скидки! Работаем с нашим материалом и материалом заказчика. Выезд мастера на замер бесплатный! 8-983-528-47-11 8-960-999-11-22 Артур \*Подр. по тел.»* указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение цен и который имеет объективное подтверждение, либо прекратить ее распространение;

- **части 11 статьи 5 Федерального закон «О рекламе»**, а именно: сопровождать рекламу зрелищных мероприятий *«автобусная экскурсия «ГОРОД С МУЖСКИМ ХАРАКТЕРОМ» и «велоекскурсия по историческому центру Омска «КОЛЕСО ИСТОРИИ»* знаками информационной продукции в соответствии с требованиями части 1 статьи 12 Федерального закона от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

2. БУ «Омская правда» представить в Омское УФАС России доказательства исполнения настоящего предписания **в течение трех рабочих дней** с момента его исполнения.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Омское УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии<...>

Члены Комиссии: <...>