

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тульской области по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе, рассмотрев дело № 02-03/95-2016 по признакам нарушения ГУК Тульской области «Объединение «Историко-краеведческий и художественный музей» Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», в присутствии

– представителя ГУК Тульской области «Объединение «Историко-краеведческий и художественный музей» по доверенности № 1 от 21.11.2016г.,

УСТАНОВИЛА:

В оконных проемах Тульского областного краеведческого музея, расположенного по адресу: г. Тула, ул. Советская, д. 68/ ул. Тургеневская, д.8, размещена реклама следующего содержания:

«выставка ЖИВЫЕ ТРОПИЧЕСКИЕ БАБОЧКИ ... и удивительная коллекция бабочек мира ХИЩНЫЕ РАСТЕНИЯ 9 сентября -13 ноября».

Указанная информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке и, в силу статьи 3 Федерального Закона «О рекламе», является рекламой.

Объектом рекламирования, в соответствии со статьей 3 Федерального Закона «О рекламе» является 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), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

В рассматриваемом случае объектом рекламирования является выставка.

Статьей 2 Федерального [закона](#) от 29.12.2010г. N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию" определены 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.

В соответствии с частью 10.1 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального [закона](#) "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", без указания категории данной информационной продукции.

Согласно 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, 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 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»).

В нарушение указанных требований реклама вышеуказанных мероприятий не содержит установленную категорию информационной продукции.

Согласно части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за данное нарушение несет рекламораспространитель, в данном случае – ГУК Тульской области «Объединение «Историко-краеведческий и художественный музей».

В силу пункта 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Представитель по доверенности < С > на рассмотрении дела пояснила, что 05.09.2015г. между ГУК Тульской области «Объединение «Историко-краеведческий и художественный музей» и гражданкой Максимовой Е.Ю. заключен договор № 5 от 05.09.2016г. о совместной организации и проведении выставки «Живые тропические бабочки и Хищные растения». Срок экспозиции с учетом монтажа / демонтажа с 05.09.2016г. по 15.11.2016г.

Согласно пункту 2.1.5. договора Организатор выставки обязан предоставить рекламную продукцию (афиши, листовки) для популяризации выставки в городе и крае.

Согласно пункту 2.2.12. договора Принимающая сторона обязана предоставить место для размещения рекламных носителей (штендера, банера).

На входной двери в музей была размещена афиша с указанием наименования выставки, наименованием учреждения, режима работы, контактов музея, возрастной категории.

По мнению ГУК Тульской области «Объединение «Историко-краеведческий и художественный музей» реклама, размещенная в окнах музея, и афиша несут единую информационную нагрузку для потребителей.

Комиссией Управления доводы ГУК Тульской области «Объединение «Историко-краеведческий и художественный музей» не могут быть приняты во внимание в виду следующего:

Из договора № 5 от 05.09.2016г. следует, что гражданка <М> является рекламодателем, рекламопроизводителем, ГУК Тульской области «Объединение «Историко-краеведческий и художественный музей» является рекламораспространителем спорной рекламы, данный факт <С> в ходе рассмотрения дела не оспаривался. Рекламораспространитель несет ответственность за данное нарушение в соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе», что указано выше по тексту.

Реклама, размещенная в окнах музея, и информация (афиша) на входной двери не могут нести единую информационную нагрузку для потребителей, так как размещены в разных местах (реклама – в окнах, информация (афиша) на входной двери) и не имеют общей (единой) рекламной поверхности. Также реклама, размещенная в окнах музея, визуально значительно больше по размеру афиши.

Частью 1 статьи 9 Закона Российской Федерации от 07.02.1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» определены сведения, подлежащие размещению на вывеске, к которым относятся: фирменное наименование (наименование) организации, место ее нахождения (адрес) и режим ее работы.

Соответственно, информация (афиша) о наименовании выставки, наименовании учреждения, режима работы, контактов музея, размещенная на входной двери музея, подпадает под понятие «вывески» и не может быть расценена как реклама.

Вышеизложенное свидетельствует о наличии в действиях ГУК Тульской области «Объединение «Историко-краеведческий и художественный музей» нарушения части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Принимая во внимание представленные ГУК Тульской области «Объединение «Историко-краеведческий и художественный музей» доказательства (договор № 5 от 05.09.2016г., из которого следует демонтаж рекламы 15.11.2016г.), свидетельствующие о прекращении нарушения, Комиссия приходит к выводу о нецелесообразности выдачи предписания.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утв. постановлением Правительства РФ № 508 от 17.08.2006г., Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу ГУК Тульской области «Объединение «Историко-краеведческий и художественный музей», установленную в оконных проемах Тульского областного краеведческого музея, расположенного по адресу: г. Тула, ул. Советская, д. 68/ ул. Тургеневская, д.8, размещенную в нарушение части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».
2. Признать ГУК Тульской области «Объединение «Историко-краеведческий и художественный музей» нарушившим часть 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».
3. Предписание ГУК Тульской области «Объединение «Историко-краеведческий и художественный музей» о прекращении нарушения Федерального закона «О рекламе» не выдавать в связи с добровольным прекращением нарушения.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тульского УФАС России для рассмотрения вопроса о привлечении должностного лица ООО ГУК Тульской области «Объединение «Историко-краеведческий и художественный музей» к административной ответственности по части 1 статьи 14.3 Кодекса РФ.

Решение изготовлено в полном объеме "7" декабря 2016г.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном [статьей 198](#) Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.