

РЕШЕНИЕ

27 сентября 2018 года г. Челябинск, пр. Ленина, 59

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

председателя Комиссии: <...> – заместителя руководителя-начальника отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией Челябинского УФАС России;

члены Комиссии: <...> – главного специалиста-эксперта отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией Челябинского УФАС России;

<...> – главного специалиста-эксперта отдела контроля торгов и органов власти Челябинского УФАС России,

рассмотрев дело № 38-08/2018, по факту распространения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» рекламы зрелищного мероприятия – концерта группы «Пошлая Молли» с признаками нарушения части 10.1 статьи 5 Федерального Закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в отсутствие лиц, надлежащим образом уведомленных о дате, времени и месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

в Челябинское УФАС России поступило заявление физического лица, перенаправленное из Управления Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Челябинской области (далее – Управление Роскомнадзора по Челябинской области) (вх. № 3961 от 26.03.2018) по факту размещения ненадлежащей рекламы мероприятия – концерта группы «Пошлая Молли».

Из заявления следует, что в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на общедоступном сайте продажи билетов «Городские зрелищные кассы» (chel.kassy.ru) имеется концерта группы «Пошлая Молли» с указанием знака информационной продукции об ограничении распространения информационной продукции среди детей – «14+», вместе с тем Федеральный закон от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (далее – Закон № 436-ФЗ), не содержит знака информационной продукции «14+», в подтверждение заявителем представлен скриншот с указанного сайта.

Согласно сведениям, размещенным на официальном сайте АНО

«Координационный центр национального домена сети Интернет», регистратором доменного имени «chel.kassy.ru» является АО «РСИЦ».

АО «РСИЦ» по запросу Челябинского УФАС России представлены письменные сведения, согласно которым администратором доменного имени «chel.kassy.ru» согласно регистрационным данным является ООО «Городские зрелищные кассы» (адрес: г. Челябинск, ул. Степана Разина, д. 4, оф. 864).

ООО «Городские зрелищные кассы» представило документы и письменные пояснения, из которых следует, что основная деятельность Общества состоит в оформлении и реализации билетов на культурные, спортивные и иные зрелищные мероприятия, проводимые их организаторами в городе Челябинске и Челябинской области. Выполнение указанных функций осуществляется Обществом на основании договоров агентирования, заключаемых по типовой форме с указанными организаторами мероприятий.

Из пояснений следует, что распространение спорной информации осуществлено на основании заключенного между ООО «Городские зрелищные кассы» и Индивидуальным предпринимателем <...> (далее – ИП <...>) агентского договора от 18.07.2017 № 807 (далее – Договор), в соответствии с пунктом 2.1 которого ООО «Городские зрелищные кассы» обязуется за счет и от имени ИП <...> оказывать услуги по распространению среди населения и иных лиц билетов, дающих право на посещение театрально-зрелищных мероприятий, проводимых ИП <...>. Объектом поручения в соответствии с Актом билетной информации, являющимся Приложением № 1 к Договору, является концерт группы «Пошлая Молли» (Украина) в г. Челябинске 07 октября 2017 года.

По условиям Договора, ИП <...> обязан предоставлять агенту, в данном случае ООО «Городские зрелищные кассы», информацию о репертуаре, минимальный объем которой должен содержать, в том числе сведения о категории зрелищного мероприятия как информационной продукции в соответствии с Федеральным законом от 29.12.2010 № 436-ФЗ ограничения к показу зрелищного мероприятия по возрастным категориям детей.

ООО «Городские зрелищные кассы» указывает, что от организатора концерта группы «Пошлая Молли» руководителю билетного стола ООО «Городские зрелищные кассы» направлено электронное сообщение о подготовке формирования билетной информации, с приложением дизайн-макета афиши и указанием категории информационной продукции «14+».

Общество считает, что в его действиях отсутствует нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, поскольку информация, рассматриваемая в настоящем деле, не является рекламой, а, следовательно, на нее не распространяются требования Закона о рекламе.

Рассмотрение заявления и представленных материалов, приводит к следующим выводам.

В информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на общедоступном сайте chel.kassy.ru на странице <http://chel.kassy.ru/event/5376/> размещена афиша концерта группы «Пошлая

Молли» с указанием категории информационной продукции «14+».

В соответствии с частью 10.1 статьи 5 Закона о рекламе, 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» (далее – Закон № 436-ФЗ), без указания категории данной информационной продукции.

Согласно пункту 5 части 4 статьи 11 Федерального закона №436-ФЗ, оборот информационной продукции, содержащей информацию, причиняющую вред здоровью и (или) развитию детей, без знака информационной продукции не допускается, за исключением периодических печатных изданий, специализирующихся на распространении информации общественно-политического или производственно-практического характера.

Классификация информационной продукции предусмотрена Главой 2 Закона № 436-ФЗ. Так, классификация информационной продукции осуществляется ее производителями и (или) распространителями самостоятельно (в том числе с участием эксперта, экспертов и (или) экспертных организаций, отвечающих требованиям статьи 17 настоящего Федерального закона) до начала ее оборота на территории Российской Федерации.

Закон № 436-ФЗ выделяет следующие категории:

- 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 частью 2 статьи 5 настоящего Федерального закона).

Зрелищному мероприятию концерту группы «Пошлая Молли» присвоена категория «14+», в то время как положения Закона № 436-ФЗ такое обозначение категории как «14+» не предусматривают.

Вместе с тем, в соответствии со статьей 3 Закона о рекламе, реклама – это 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.

Под объектом рекламирования Закон о рекламе понимает 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.

Согласно Письму ФАС России 28.08.2015 № АК/45828/15, не является рекламой информация о производимых или реализуемых товарах, размещенная на официальном сайте производителя или продавца данных товаров, если указанные сведения предназначены для информирования посетителей сайта о реализуемых товарах, ассортименте, правилах пользования и т.д.

Из сведений, содержащихся в Выписке из единого государственного реестра юридических лиц, следует, что основным видом деятельности ООО «Городские зрелищные кассы» является деятельность зрелищно-развлекательная прочая, не включенная в другие группировки.

Как следует из информации, присутствующей на сайте <http://chel.kassy.ru>, «Городские зрелищные кассы» — это автоматизированная система продажи билетов на все зрелищные мероприятия в городе и регионе (театр, концерты, кино, спорт и др.).

Афиша зрелищного мероприятия – концерта группы «Пошлая Молли» размещена в разделе «Концерты и Шоу», не выделена среди прочей информации, имеющейся на сайте <http://chel.kassy.ru>, поскольку на данном интернет-ресурсе размещаются также сведения о гастролях иных групп (музыкальных исполнителей, театральных гастролей и иное) и возможности приобретения билетов на посещение указанных мероприятий. Из Договора не следует, что информация о проводимом концерте, размещаемая на сайте <http://chel.kassy.ru>, размещается в рекламных целях, следовательно, указанная информация не является рекламой и на нее не распространяются требования Закона о рекламе.

С учетом изложенного, действия ООО «Городские зрелищные кассы» по распространению в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на общедоступном сайте <http://chel.kassy.ru> информации о проведении зрелищного мероприятия – концерта группы «Пошлая Молли» с указанием категории информационной продукции, не соответствующей требованиям Закона № 436-ФЗ в настоящем деле не подлежат рассмотрению на предмет соответствия Закона о рекламе.

Руководствуясь статьями 33 и 36 Закона о рекламе, и, в соответствии с пунктом 36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Рассмотрение дела № 38-08/2018 о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе прекратить.

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