

**Публикация документа не является официальной. Официально правовые акты публикуются в официальных печатных изданиях в соответствии с действующим законодательством**

ООО «Рекламно-информационное  
агентство «Ленинград»

Васильевский остров, 18-я линия, д. 31, лит.  
3,

г. Санкт-Петербург, 199178

Васильевский остров, 18-я линия, д. 29, лит.  
3, офис 601

г. Санкт-Петербург, 199178

e-mail: info@ev.spb.ru

МАУК «ЦКИ и ОИ «Диалог»

ул. Б.Московская, д. 37/9,

Великий Новгород, 173004

Исходящий № 2825/03 от 08.06.2017

РЕШЕНИЕ

Резолютивная часть оглашена  
26.05.2017

В полном объеме изготовлено

Великий

08.06.2017

Новгород

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Новгородской области (далее – Новгородское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел о нарушениях законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Куриков И.А. – председатель Комиссии, заместитель руководителя Управления;

Евстигнеева Д.А. – член Комиссии, ведущий специалист-эксперт Управления;

Иванов А.Т. – член Комиссии, ведущий специалист-эксперт Управления, рассмотрев дело № Р-7/17 от 21.03.2017 по признакам нарушения Обществом с ограниченной ответственностью «Рекламно-информационное агентство «Ленинград» (адрес: 199178, г. Санкт-Петербург, Васильевский остров, 18-я линия, д. 31, лит 3; адрес редакции: 199178, г. Санкт-Петербург, Васильевский остров, 18-я линия, д. 29, лит 3, офис 601; далее – ООО «Рекламно-информационное агентство «Ленинград») части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

#### УСТАНОВИЛА:

16.11.2016 в Новгородское УФАС России из Управления Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Новгородской области поступила информация о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Информация).

Из Информации следует, что в выпуске № 42 (1557) от 24.10.2016 газеты «Из рук в руки/Новгород» (свидетельство о регистрации ПИ № ТУ 53-00221 от 15.04.2014 года) на 22 странице размещено рекламное объявление, содержащее анонсы зрелищных мероприятий Культурного центра «Диалог» без знаков информационной продукции, следующего содержания:

«Панорама досуга Культурный центр «Диалог» Т. 94-60-77; сайт: center-dialog.ru; адрес: ул. Б. Московская, д. 37/9

5 ноября в 19.00 Концерт группы «САДко» (Москва). Стоимость билетов 600-1000 руб.

7 ноября в 19.00 ВИА «СИНЯЯ ПТИЦА». Стоимость билетов 520-940 руб.

29 ноября в 19.00 Концерт-притча. Светлана Копылова. Стоимость билетов 520-1040 руб.

# АБОНЕМЕНТНЫЙ ЦИКЛ КОНЦЕРТОВ ВЛАДИМИРА БЕЛОМЕСТНЫХ

(фортепьяно, Санкт-Петербург)

«РУССКАЯ ФОРТЕПИАННАЯ МУЗЫКА ОТ ГЛИНКИ ДО СКРЯБИНА»

27 ноября в 17.00 БОРОДИН И МУСОРГСКИЙ

12 февраля в 17.00 ЛЯДОВ И ГЛАЗУНОВ

02 апреля в 17.00 МЕТНЕР И СКРЯБИН

(в рамках Весенних рахманиновских дней)

Стоимость билета на каждый из концертов вне абонемента – 250 рублей.

Стоимость одного билета в рамках абонемента (два концерта и более ) – 200 рублей.»

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе реклама – 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 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.

Указанное рекламное объявление адресовано неопределенному кругу лиц, направлено на привлечение внимания к объекту рекламирования (культурно-массовых развлекательных мероприятий), формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке, и следовательно является рекламой.

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 статьи 2 Закона № 436-ФЗ 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.

В соответствии с пунктом 6 статьи 2 Закона № 436-ФЗ информационная продукция для детей - информационная продукция, соответствующая по тематике, содержанию и художественному оформлению физическому, психическому, духовному и нравственному развитию детей.

Согласно части 1 статьи 6 Закона № 436-ФЗ 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.

В соответствии с частью 3 статьи 6 Закона № 436-ФЗ классификация информационной продукции осуществляется в соответствии с требованиями настоящего 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 (информационная продукция, содержащая информацию, предусмотренную [частью 2 статьи 5](#) настоящего Федерального закона).

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 Закона № 436-ФЗ).

Знак информационной продукции - графическое и (или) текстовое обозначение информационной продукции в соответствии с классификацией информационной продукции, предусмотренной частью 3 статьи 6 настоящего Федерального закона (пункт 2 статьи 2 Закона № 436-ФЗ).

В соответствии с частью 1 статьи 12 Закона № 436-ФЗ 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».

Согласно части 3 статьи 12 Закона № 436-ФЗ размер знака информационной продукции должен составлять не менее чем пять процентов площади афиши или иного объявления о проведении соответствующего зрелищного мероприятия, объявления о кино- или видеопозаказе, а также входного билета, приглашения либо иного документа, предоставляющих право посещения такого мероприятия.

Вышеуказанное рекламное объявление не содержит знака об установленной категории информационной продукции. Данные обстоятельства свидетельствуют о наличии признаков нарушения части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе при распространении вышеуказанной рекламы.

Ответственность за нарушение законодательства о рекламе в данной части в соответствии со статьей 38 Закона о рекламе несет рекламодатель (часть 7 статьи 38 Закона о рекламе).

Рекламодателем, то есть лицом, осуществившем распространение рекламы, в данном случае является учредитель газеты «Из рук в руки/Новгород» – ООО «Рекламно-информационное агентство

«Ленинград».

О месте и времени рассмотрения настоящего дела ООО «Рекламно-информационное агентство «Ленинград» надлежащим образом было уведомлено (определение о продлении срока рассмотрения дела № Р-7/17 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 18.04.2017, определение о возбуждении дела № Р-7/17 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 21.03.2017 были направлены по месту нахождения ООО «Рекламно-информационное агентство «Ленинград» согласно выписке из Единого государственного реестра юридических лиц (199178, Санкт-Петербург, Васильевский остров, 18-я линия, д. 31, лит 3) и по адресу редакции ООО «Рекламно-информационное агентство «Ленинград» согласно свидетельства о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ 53-00221 от 15.04.2014 года (199178, Санкт-Петербург, Васильевский остров, 18-я линия, д. 29, лит 3, офис 601), почтовые отправления вернулись с пометкой «Истек срок хранения»).

Представители ООО «Рекламно-информационное агентство «Ленинград» на рассмотрение дела не явились, каких либо пояснений по факту, послужившему основанием для возбуждения настоящего дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ООО «Рекламно-информационное агентство «Ленинград» не представило.

Исследовав материалы дела по признакам нарушения законодательства о рекламе, Комиссия по рассмотрению дела приходит к следующим выводам.

Материалами дела № Р-7/17 от 21.03.2017 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе подтверждается тот факт, что рассматриваемая реклама распространялась с нарушениями положений части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

ООО «Рекламно-информационное агентство «Ленинград» не обеспечило соблюдение правил размещения рекламных материалов в печатном издании, что выразилось в размещении на 22 странице выпуска газеты «Из рук в руки/Новгород» № 42 (1557) от 24.10.2016 (свидетельство о регистрации ПИ № ТУ 53-00221 от 15.04.2014 года) объявления, содержащего анонсы зрелищных мероприятий Культурного центра «Диалог» без знаков категории информационной продукции и привело к нарушению части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

При этом доказательства прекращения распространения ненадлежащей рекламы в материалах дела отсутствуют.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 2 статьи 36, статьей 38 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, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Административным регламентом Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденным Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу анонсов зрелищных мероприятий Культурного центра «Диалог», распространенную в периодическом печатном издании – газете «Из рук в руки/Новгород» № 42 (1557) от 24.10.2016 (свидетельство о регистрации ПИ № ТУ 53-00221 от 15.04.2014 года) на 22 странице, поскольку в ней нарушены требования части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», что выразилось в отсутствии в рекламе знаков категории информационной продукции.
2. Выдать рекламораспространителю – ООО «Рекламно-информационное агентство «Ленинград» обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Новгородского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии  
Куриков

И.А.

Члены комиссии  
Евстигнеева

Д.А.

А.Т. Иванов