
Управление Роскомнадзора
по Вологодской области

160012, г. Вологда, Советский
проспект, д.107

РЕШЕНИЕ № 035/05/5-448/2022

Решение по существу (результативная часть) оглашена 15 сентября 2022 г.

Согласовано в полном объеме 16 сентября 2022 г.
Вологда

г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Вологодской области
рассмотрела дела по признакам нарушения законодательства о рекламе в
оставе:

Смирнова Н.Н. - председатель комиссии, заместитель руководителя Управления;

Славов А.А. - член комиссии, начальник отдела контроля антимонопольного
законодательства и рекламы;

Слоцкий М.И. - старший госинспектор отдела контроля антимонопольного
законодательства и рекламы,

рассмотрев дело № 035/05/5-448/2022 по признакам нарушения пункта 2 части 3
статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее также -
закон о рекламе), выразившихся в размещении рекламы зрелищного мероприятия
«Супермагия» с указанием категории информационной продукции, не
предусмотренной действующим законодательством,

Лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о
рекламе - *****, ***** и Управление Роскомнадзора по Вологодской области
звещены о времени и месте рассмотрения дела, вместе с тем своих представителей
не направили.

УСТАНОВИЛА:

В Вологодское УФАС России (далее также – Управление) поступило обращение правления Роскомнадзора по Вологодской области о признаках нарушения рекламного законодательства при размещении рекламы зрелищного мероприятия «Супермагия» в выпуске № 26 от 29.06.2022 газеты «Аргументы и факты – Вологодская область» с указанием категории информационной продукции «3+» не предусмотренной Федеральным законом от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

Согласно материалам дела в выпуске газеты «Аргументы и факты – Вологодская область» № 26 от 29.06.2022 была размещена реклама зрелищного мероприятия «Супермагия» с указанием категории информационной продукции «3+» не предусмотренной Федеральным законом от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

соответствии с пунктом 1 статьи 3 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.

силу пункта 2 статьи 3 Закона о рекламе объектом рекламирования является товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или производитель 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 пункту 3 статьи 3 Закона о рекламе товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В силу части 1 статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Учитывая правовой смысл и содержание приведенных понятий рекламы и объекта рекламирования, 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, а также об изготовителе (продавце) такого товара, то есть объекту рекламирования в целом.

Согласно статье 2 Федерального закона от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (далее - ФЗ № 436) информационная продукция - предназначенные для оборота на территории

оссийской 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.

соответствии с положением вышеуказанной статьи зрелищное мероприятие - демонстрация информационной продукции в месте, доступном для детей, и в месте, где присутствует значительное число лиц, не принадлежащих к обычному кругу семьи, том числе посредством проведения театрально-зрелищных, культурно-просветительных и зрелищно-развлекательных мероприятий.

В части 6 статьи 11 ФЗ № 436 указано, что до начала демонстрации посредством зрелищного мероприятия информационной продукции ей присваивается знак информационной продукции.

Согласно части 3 статьи 6 ФЗ № 436 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 (информационная продукция, содержащая информацию, предусмотренную частью 2 статьи 5 указанного ФЗ № 436.

В соответствии со ст. 12 ФЗ № 436 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».

В рекламном сообщении зрелищного мероприятия «Супермагия» указана возрастная категория 3+, тогда как согласно части 3 статьи 6 ФЗ № 436 классификация информационной продукции 3+ отсутствует, таким образом, возрастная категория указана неверно.

В соответствии с пунктом 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, роках службы, сроках годности товара.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных частью 3 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

В соответствии с материалами дела № 035/05/5-448/2022 рекламодателем зрелищного мероприятия «Супермагия» является *****.

Изучив имеющиеся материалы настоящего дела, Комиссия признает рассматриваемую рекламу ненадлежащей, нарушающей требования пункта 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

на основании вышеизложенного, руководствуясь статьей 36 Закона о рекламе, в соответствии с пунктами 42-49, Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

. Признать ненадлежащей рекламу зрелищного мероприятия «Супермагия» размещенную в выпуске № 26 от 29.06.2022 газеты «Аргументы и факты – Вологодская область» с указанием категории информационной продукции «3+», поскольку в ней нарушены требования пункта 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

. В связи с нераспространением ненадлежащей рекламы в настоящее время предписание ***** не выдавать.

. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Вологодского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 16.09.2022.

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

Председатель Комиссии

_____ : Н.Н. Смирнова

_____ : А.А. Власов

_____ : М.И. Докшин