

## РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №141-ФАС22-Р/11-15

Резолютивная часть решения объявлена 19 января 2016 года.

Решение изготовлено 22 января 2016 года.

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

<...>

рассмотрев дело №141-ФАС22-Р/11-15 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения на интернет-сайте: <http://mybiysk.ru> рекламы зрелищного мероприятия, в которой усматриваются признаки нарушения ч.10.1 ст.5 Федерального закона «О рекламе»,

в отсутствие заявителя (о месте и времени рассмотрения дела извещен надлежащим образом),

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе –рекламораспространитель, Б<...>, в лице представителя по доверенности В<...> (№ 1-2577 от 05.12.15г.),

### УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю выявлен факт распространения на интернет-сайте: <http://mybiysk.ru> рекламы: «Клубный концерт группы «Фактор-2» 12 сентября в 21:00 в ночном клубе «The x-club» состоится концерт легендарной группы «Фактор-2». Зрителей ожидают горячие хиты минувших лет, а также музыкальные сюрпризы. Заряд хорошего настроения в этот вечер подарят увлекательная программа от ведущих и танцевальные хиты от одного из лучших диджеев Бийска DJ LAD Стоимость билетов: 400руб. Приобрести билеты на концерт группы «Фактор-2» можно в кассе клуба «The x-club» по адресу: г.Бийск, ул.Мерлина, 59. Заказ столов, билетов и подробная информация по телефонам: <...>...». Реклама сопровождается изображением афиши концерта.

В заседании Комиссии представитель Б<...> В<...> пояснил, что считает признаков нарушения ч.10.1 ст.5 Федерального закона «О рекламе» нет. Указанный сайт не является СМИ. Также п.2 ст.14 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» устанавливает, что сайт в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», не зарегистрированный как СМИ, может содержать знак информационной продукции и текстовое предупреждение об ограничении ее распространения среди детей, соответствующие одной из категорий информационной продукции. Также письмо ФАС от 5.09.13г. № АК/34-774/13 устанавливает, что возрастной классификации подлежит не любой сайт в сети «Интернет», а только такой, который является сетевым изданием. Соответственно, в рекламе сайта, не зарегистрированного в качестве СМИ, указывать категорию информационной продукции не требуется. Таким образом, данная обязанность не установлена, но на интернет - сайте [mybiysk.ru](http://mybiysk.ru) знак информационной продукции расположен в нижней части сайта, с текстом: «18+. Сайт может содержать контент, не предназначенный для лиц младше 18-ти лет». Изображение афиши было

использовано со страницы организатора мероприятия. Организатором указанного мероприятия и распространителем рекламного плаката является ООО «Хобби». Редакция не считает себя рекламораспространителем. Никаких договоров на размещение рекламы не заключали. Никакой рекламы на сайте больше не распространяем.

Комиссия, исследовав материалы дела, заслушав представителя Б<...> В<...>, пришла к следующим выводам.

На основании статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «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 понимается товар, средство его индивидуализации, 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; под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Обозначенная рекламная информация полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», является публичной, формирует интерес неопределенного круга лиц к ночному клубу «The x-club» (г.Бийск) и клубному концерту группы «Фактор-2», способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их на рынке.

На основании ч.10.1 ст.5 Федерального закона «О рекламе», не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", без указания категории данной информационной продукции.

Под информационной продукцией, согласно ст. 2 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» понимаются предназначенные для оборота на территории Российской Федерации продукция средств массовой информации, печатная продукция, аудиовизуальная продукция на любых носителях, программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ) и базы данных, а также информация, распространяемая посредством зрелищных мероприятий, и информация, размещаемая в информационно-телекоммуникационных сетях (в том числе в сети Интернет) и сетях подвижной радиотелефонной связи.

Глава 2 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» вводит классификацию информационной продукции по пяти категориям:

- 1) информационная продукция для детей, не достигших возраста шести лет (0+);
- 2) информационная продукция для детей, достигших возраста шести лет (6+);

3) информационная продукция для детей, достигших возраста двенадцати лет (12+);

4) информационная продукция для детей, достигших возраста шестнадцати лет (16+);

5) информационная продукция, запрещенная для детей (18+).

Согласно ч. 1 ст. 12 Федерального закона "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию" категория информационной продукции может обозначаться знаком информационной продукции и (или) текстовым предупреждением об ограничении распространения информационной продукции среди детей.

На запрос антимонопольного органа о необходимости указания категории информационной продукции в рассматриваемой рекламной информации (исхд.5670/7 от 17.12.15г.) управление Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Алтайскому краю и Республике Алтай пояснило, что «... Согласно п.6 ст.11 Закона «О защите детей» до начала демонстрации посредством зрелищного мероприятия информационной продукции ей присваивается знак информационной продукции... Указанный знак размещается на афишах и иных объявлениях о проведении зрелищного мероприятия, а также на входных билетах, приглашениях и иных документах, предоставляющих право его посещения. В соответствии со статьей 6 Закона «О защите детей» классификация информационной продукции осуществляется ее производителями и (или) распространителями самостоятельно (в том числе с участием эксперта, экспертов или экспертных организаций) до начала ее оборота на территории Российской Федерации».

В рассматриваемой рекламной информации отсутствует указание на категорию данной информационной продукции, что указывает на нарушение ч. 10.1 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

Комиссия довод ответчика со ссылкой на письмо ФАС от 5.09.13г. № АК/34-774/13 отклоняет. Так как Письмо ФАС от 5.09.13г. № АК/34-774/13 направлено на регулирование вопроса возрастной классификации рекламы сайта, а не рекламной информации, размещенной на сайте.

На основании вышеизложенного, рекламная информация: «Клубный концерт группы «Фактор-2», должна содержать указание на категорию данной информационной продукции.

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требований ч.10.1 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламораспространитель.

В соответствии с Правилами регистрации доменных имен в доменных.RU и РФ, утвержденных решением Координационного центра национального домена сети Интернет 05.10.2011 № 2011-18/81, администратор домена (пользователь на имя которого зарегистрировано доменное имя) как лицо, заключившее договор о регистрации доменного имени, осуществляет администрирование домена, то есть определяет порядок использования домена.

Поскольку фактическое использование ресурсов сайта невозможно без участия в той или иной форме администратора домена, являющегося лицом, создавшим соответствующие технические условия для посетителей своего интернет-ресурса, владелец домена несет ответственность за содержание размещенной на соответствующем сайте информации.

На основании информации, предоставленной ООО «Регтайм», Комиссией установлено, что администратором (владельцем) доменного имени «mybiysk.ru» является физическое лицо - Б<...>.

Таким образом, рекламораспространителем является Б<...>.

На основании изложенного, Комиссией установлен факт нарушения Б<...> ч.10.1 ст.5 Федерального закона «О рекламе», что выражается в ненадлежащем размещении рекламы зрелищного мероприятия.

Руководствуясь п.1 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

#### РЕШИЛА:

1. Признать рекламу «Клубный концерт группы «Фактор-2» распространенную на интернет-сайте: <http://mybiysk.ru>, ненадлежащей, поскольку при ее распространении нарушены требования ч.10.1 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать Б<...> нарушившим требования ч.10.1 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

3. Выдать Б<...> предписание об устранении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

<...>

#### ПРЕДПИСАНИЕ № 3

о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

19 января 2016 г.

г. Барнаул

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

<...>

на основании своего решения от 19 января 2016г. по делу № 141-ФАС22-Р/11-15 о признании ненадлежащей рекламы «Клубный концерт группы «Фактор-2» ,

размещенной на интернет-сайте: <http://mybiysk.ru>, поскольку при ее распространении нарушены требования ч.10.1 ст.5 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с пунктами 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,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Б<...> в **десятидневный срок** со дня вынесения предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: прекратить распространение рекламы «Клубный концерт группы «Фактор-2», по которой вынесено решение, в которой нарушены требования ч.10.1 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

2. Б<...> представить в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **до 11 февраля 2016 года**.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе, управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю вправе, в соответствии с пунктом 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 до пятисот тысяч рублей.

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

<...>