



**ФЕДЕРАЛЬНАЯ
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА**

УПРАВЛЕНИЕ

**Федеральной антимонопольной
службы**

по Сахалинской области

почтовый адрес: пр. Победы, 24,

г. Южно-Сахалинск, 693007

юридический адрес: пр. Победы, 24,

г. Южно-Сахалинск, 693007

тел. (4242) 46-55-66, факс (4242) 46-55-67

е-mail: to65@fas.gov.ru

№ _____

На № _____ от

РЕШЕНИЕ

по делу № 08-Р21/2018

г. Южно-Сахалинск

12 ноября 2018 года

Резолютивная часть решения объявлена 09.11.2018 г.

Решение изготовлено в полном объеме 12.11.2018.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Сахалинской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: -<...> –
заместитель руководителя управления;

Члены Комиссии: -<...> – государственный инспектор отдела контроля органов власти, антимонопольного контроля и рекламы,

-<...>. – специалист-эксперт отдела контроля органов власти, антимонопольного контроля и рекламы

рассмотрев дело № 08-Р21/2018 по признакам нарушения ООО

«Сах.ком» (ИНН 6501153030, адрес регистрации: 693006, г. Южно-Сахалинск, ул. Ленина, д. 317-б) ч. 10.1 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

В адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Сахалинской области 20.09.2018 (вх. №3292) поступило обращение Табаченко И.В пересланное из ФАС России.

Из данного обращения следует, на сайте <https://afisha.sakh.com> размещены рекламно-информационные баннеры о проведении зрелищных мероприятий «Премьера «Невельской» 11 сентября в 19:00, Чехов-Центр», «Открытие 88-го театрального сезона. Премьера «Гроза» Чехов-Центр, 21/23 октября», «Евгений Гришковец. Предисловие. 29.08. в 23:55, Чехов-Центр», «Кастинг вокалистов в академический хор Капелла» без знака информационной продукции.

По данному факту установлено следующие.

К отношениям в сфере рекламы независимо от места ее производства, если распространение рекламы осуществляется на территории Российской Федерации применяются положения Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

Статья 3 ФЗ «О рекламе» содержит основные понятия, используемые в названном законе.

Так, под рекламой понимается 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 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. Товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный

для продажи, обмена или иного введения в оборот. Рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо. Рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с [частью 10.1 статьи 5](#) Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе", не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального [закона](#) от 29.12.2010 N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", без указания категории данной информационной продукции.

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

Таким образом, зрелищные мероприятия «Премьера «Невельской» 11 сентября в 19:00, Чехов-Центр», «Открытие 88-го театрального сезона. Премьера «Гроза» Чехов-Центр, 21/23 октября», «Евгений Гришковец. Предисловие. 29.08. в 23:55, Чехов-Центр», «Кастинг вокалистов в академический хор Капелла» являются информационной продукцией.

В соответствии с [частью 3 статьи 6](#) Федерального закона от 29.12.2010 N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию" 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.

В соответствии с [частью 6 статьи 6](#) Федерального закона от 29.12.2010 N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию" 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.

Согласно [статье 12](#) Федерального закона от 29.12.2010 N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию" 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 рекламе информационной продукции - зрелищных мероприятий «Премьера «Невельской» 11 сентября в 19:00, Чехов-Центр», «Открытие 88-го театрального сезона. Премьера «Гроза» Чехов-Центр, 21/23 октября», «Евгений Гришковец. Предисловие. 29.08. в 23:55, Чехов-Центр», «Кастинг вокалистов в академический хор Капелла» ", отсутствует знак информационной продукции, предусмотренный [статьей 12](#) Федерального закона от 29.12.2010 N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию".

В соответствии с положениями [части 7 статьи 38](#) Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью [10.1](#) статьи 5 настоящего Федерального закона.

Согласно [п. 7 ст. 3](#) Федерального закона "О рекламе" рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно полученной информации, владельцем сайта afisha.sakh.com является ООО «Сах.ком»

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе» Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу размещаемую на сайте <https://afisha.sakh.com> о проведении зрелищных мероприятий «Премьера «Невельской» 11 сентября в 19:00, Чехов-Центр», «Открытие 88-го театрального сезона. Премьера «Гроза» Чехов-Центр, 21/23 октября», «Евгений Гришковец. Предисловие. 29.08. в

23:55, Чехов-Центр», «Кастинг вокалистов в академический хор Капелла» без знака информационной продукции

2. Признать ООО «Сах.ком» (ИНН 6501153030, адрес регистрации: 693006, г. Южно-Сахалинск, ул. Ленина, д. 317-б) рекламодателем вышеуказанной рекламы.
3. Выдать ООО «Сах.ком» (ИНН 6501153030, адрес регистрации: 693006, г. Южно-Сахалинск, ул. Ленина, д. 317-б) обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Сахалинского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренной частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ООО «Сах.ком» и виновных должностных лиц.

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

Председатель Комиссии