

ИП

РЕШЕНИЕ

Резолютивная часть решения оглашена 05.06.2017 года.

В полном объеме решение изготовлено 05.06.2017 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Брянской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель
Комиссии:

..... – заместитель руководителя управления-
начальник отдела естественных монополий и
рекламы,

..... – заместитель начальника отдела
естественных монополий и рекламы,

Члены Комиссии:

..... – государственный инспектор отдела

естественных монополий и рекламы,

.... - государственный инспектор отдела
естественных монополий и рекламы,

рассмотрев дело № 59, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (положения части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», далее по тексту Закона, ФЗ «О рекламе») по факту распространения рекламы, несоответствующей требованиям Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе»,

в присутствии представителя индивидуального
предпринимателя.....(уведомлен надлежащим образом);

УСТАНОВИЛА:

Специалистами Брянского УФАС России в апреле 2017 года на рекламных плакатах размещенных на информационных стендах в ТРЦ «АЭРО ПАРК» (расположенном по адресу: г.Брянск, ул. Объездная, 30) обнаружена реклама следующего содержания: «АЭРО ПАРК выставка МИР НАСЕКОМЫХ не пропустите с 20 марта по 20 апреля АЭРО ПАРК 1,2 этаж».

Указанная информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке и, в силу статьи 3 Федерального Закона «О рекламе», является рекламой.

Объектом рекламирования, в соответствии со статьей 3 Федерального Закона «О рекламе» является 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), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

В рассматриваемом случае объектом рекламирования является выставка.

Статьей 2 Федерального [закона](#) от 29.12.2010г. N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию" определены следующие понятия:

- 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;

- 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.

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

Согласно части 3 статьи 6 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» 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.

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 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»).

В нарушение указанных требований реклама вышеуказанных мероприятий не содержит установленную категорию информационной продукции.

Согласно части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за данное нарушение несет рекламораспространитель.

Рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с

использованием любых средств.

На основании представленного в адрес антимонопольного органа ответа на запрос (исх. 4896 от 02.05.2017) ООО «Регион ТРЦ» в соответствии с гражданско-правовыми договорами передало право использования помещения ТРЦ «Аэро Парк» в целях рекламной деятельности ИП.....

Таким образом, рекламораспространителем данной информации является ИП....., которая несет ответственность за размещение и распространение рекламы «Выставка Мир Насекомых» в ТРЦ «Аэро Парк» г. Брянске в апреле 2017 года.

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.

Таким образом, в данной рекламной информации имеются признаки нарушения законодательства о рекламе, которые не соответствуют требованиям части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

На основании изложенного, Комиссия пришла к следующим выводам:

1. Информация, размещенная на информационных стендах в ТРЦ «АЭРО ПАРК» (г.Брянск, ул. Объездная, 30) следующего содержания: «АЭРО ПАРК выставка МИР НАСЕКОМЫХ не пропустите с 20 марта по 20 апреля АЭРО ПАРК 1,2 этаж» - является рекламной.
2. Данная рекламная информация не соответствует требованиям части 10.1 статьи 5 ФЗ «О рекламе».
3. ИП..... является рекламодателем данной рекламы.
4. ИП..... предписание о нарушении законодательства о рекламе не выдавать, т.к. прошел действия мероприятия.

Руководствуясь п. 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 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 на рекламных плакатах размещенных на информационных стендах в ТРЦ «АЭРО ПАРК» (расположенном по адресу: г.Брянск, ул. Объездная, 30) следующего содержания: «АЭРО

ПАРК выставка МИР НАСЕКОМЫХ не пропустите с 20 марта по 20 апреля АЭРО ПАРК 1,2 этаж» ненадлежащей, так как она не соответствует требованиям части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе".

2. ИП..... предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать, в связи с истечением срока проведения мероприятия.
3. Передать материалы дела должностному лицу для принятия решения о возбуждении административного производства по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Решение изготовлено в полном объеме «05» июня 2017 г.

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

Председатель Комиссии:

...

Члены Комиссии

.....