

ИП «.....»

РЕШЕНИЕ

«13» февраля 2020г. г. Брянск

Комиссия Брянского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии:

члены Комиссии:

рассмотрев дело №032/05/5-101/2020 в отношении ИП «.....» по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в присутствии ИП «.....»,

УСТАНОВИЛА:

Специалистами Брянского УФАС России в январе 2019 года на странице интернет сайта <https://www.livingjoy.ru/> «LivingJoy» обнаружена рекламная информация о проведении экзотической выставки в Краеведческом музее «Пауки-гиганты», сопровождающаяся фотографиями пауков и фотографией афиши о проведении зрелищного мероприятия с 24.01.2020г. по 20.02.2020г. в помещении Краеведческого музея (г. Брянск, пл. Партизан, 6).

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 информация о проведении экзотической выставки в Краеведческом музее «Пауки-гиганты».

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 ч.10.1 ст.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 ч.3 ст.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 вышеуказанного мероприятия не содержит установленную категорию информационной продукции.

Согласно ч. 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение ч.10.1 ст.5 ФЗ «О рекламе» несет рекламораспространитель.

Согласно договору публичной оферты, размещенной на сайте <https://www.livingjoy.ru/> индивидуальный предприниматель «.....» является «Владельцем», оперирующим сайтом и размещающим на нем акции партнера, направленные на реализацию продуктов клиентам. Соответственно ИП «.....» является рекламораспространителем рекламы о проведении экзотической выставки в Краеведческом музее «Пауки-гиганты».

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 ненадлежащей рекламу о проведении экзотической выставки в Краеведческом музее «Пауки-гиганты», размещаемую на странице интернет сайта <https://www.livingjoy.ru/> «LivingJoy» в нарушение требований ч. 10.1 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ИП «.....» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Брянского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренное ч.1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «17» февраля 2020 г.

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

Председатель Комиссии: