

Комиссия Тульского УФАС России по рассмотрению дела о нарушении рекламного законодательства в составе: < --- >, рассмотрев дело № 02-03/18-2015, возбужденное по признакам нарушения некоммерческим партнерством «Тульский центр прикладной философии» (300062, Тульская обл., г. Тула, ул. Демидовская, 179; ИНН 7103033522), индивидуальным предпринимателем Колбановой (ИНН 7103033522) пункта 1 части 3, части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», в присутствии индивидуального предпринимателя Колбановой, являющейся одновременно законным представителем (председателем правления) вышеуказанного некоммерческого партнерства,

### УСТАНОВИЛА:

На рекламной конструкции (в виде стелы), установленной по адресу: г. Тула, пр. Ленина, д. 92, напротив Тульского Государственного университета, размещена реклама с изображением книги Л. Рона Хаббарда «Дианетика» следующего содержания:

#### «УЗНАЙ

- как ОБРЕСТИ больше уверенности

- как СОХРАНИТЬ мир в семье

- как СТАТЬ самим собой

ОТВЕТ ЕСТЬ!

ОТВЕТ В КНИГЕ!

**Самая продаваемая книга** о разуме и бестселлер **«ДИАНЕТИКА»**

- ЦЕНТР ПРИКЛАДНОЙ ФИЛОСОФИИ -

Тула, ул. Каминского, д. 21, оф. 303 +7 (953) 434 51 96»

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.

Согласно пункту 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе", сравнительная характеристика объекта рекламирования должна производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Рекламная фраза «Самая продаваемая книга о разуме и бестселлер «ДИАНЕТИКА» не сопровождается такой информацией, что влечет нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» посредством предоставления потребителям недостоверной информации о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые

произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение вышеуказанной нормы закона несет рекламодатель, в данном случае – некоммерческое партнерство «Тульский центр прикладной философии».

Частью 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» установлен запрет на 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.

Статьей 2 Федерального закона от 29.12.2010г. № 436 – ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» определены основные понятия, используемые в Законе:

- **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;

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 данных норм Закона в рекламе печатного издания - книги Л. Рона Хаббарда «Дианетика» - отсутствует указание категории информационной продукции.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе»

ответственность за данное нарушение несет рекламораспространитель.

Собственником вышеуказанной рекламной конструкции, согласно информации, представленной Управлением по административно-техническому надзору администрации города Тулы, является ИП Колбанова

В материалах дела имеется договор аренды рекламного места, согласно которому рекламное место по адресу г. Тула, пр. Ленина, д. 92, сдается некоммерческому партнерству «Тульский центр прикладной философии», которое и является рекламораспространителем.

В силу пункта 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» вышеуказанная реклама является ненадлежащей.

Согласно части 1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

Согласно представленной представителем некоммерческого партнерства «Тульский центр прикладной философии» Колбановой на рассмотрение дела фотографии и информации данное нарушение в настоящее время устранено в добровольном порядке. В качестве доказательства представлена фотография рекламного щита.

С учетом изложенного Комиссия приходит к выводу о нецелесообразности выдачи предписания.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу книги Л. Рона Хаббарда «Дианетика», размещенную с нарушением пункта 1 части 3, части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» на рекламной конструкции, установленной по адресу: г. Тула, пр. Ленина, д. 92.

2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тульского УФАС России для рассмотрения вопроса о привлечении председателя правления некоммерческого партнерства «Тульский центр прикладной философии» Колбановой к административной ответственности по части 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

3. Прекратить производство по делу № 02-03/18-2015 в отношении индивидуального предпринимателя Колбановой в связи с отсутствием в ее действиях состава правонарушения.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном [статьей 198](#) Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.