

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тульской области по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе в составе: < --- >, рассмотрев дело № 02-03/42-2014 по признакам нарушения Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» в присутствии:

- президента ООО «ТГМСК «Андрей» < --- >;

- представителя ООО «ТГМСК «Андрей» < --- > (доверенность № 1 от 18.11.2014г.);

-представителя МУК «ГКЗ» < --- > (доверенность от 17.11.2014г.),

УСТАНОВИЛА:

На улице Советской города Тулы, вблизи МУК (клуб) «Городской концертный зал» размещена рекламная конструкция с наружной рекламой следующего содержания:

«1 ноября 14:00 28-й чемпионат Тульской области Мистер и Мисс Тула – 2014
Городской концертный зал (ул. Советская, 2) бодибилдинг, бодифитнес, бикини.

Правительство Тульской области Администрация города Тулы

www.tulasila.ru, т. 26-45-90»

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.

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

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 вышеуказанного мероприятия не содержит установленную Законом категорию информационной продукции.

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

На рассмотрении дела президент ООО «ТГМСК «Андрей» < --- > пояснил, что изготовление и размещение данной рекламы осуществлял самостоятельно, указав, что нарушение произошло по его вине, неумышленно, в содеянном раскаялся.

Представитель МУК «ГКЗ» < --- > представил на рассмотрение дела правоустанавливающие документы, определяющие территориальную принадлежность земельного участка вблизи здания МУК «ГКЗ».

< --- > пояснил, что МУК «ГКЗ» не имеет отношения к размещению данной рекламы, так как территориально она расположена вне границ участка, принадлежащего МУК «ГКЗ». Макет рекламы ООО «ТГМСК «Андрей» с МУК «ГКЗ» не согласовывало.

В соответствии с пунктом 3.2.4 заключенного между ООО «ТГМСК «Андрей» и МУК «ГКЗ» договора № 67/14 от 17.10.2014 о предоставлении помещения для проведения 01.11.2014г. открытого чемпионата Тульской области по бодибилдингу, заказчик принимает обязательства классифицировать самостоятельно информационную продукцию до начала ее оборота в соответствии с Федеральным законом «О защите детей от информации,

причиняющей вред их здоровью и развитию».

На момент принятия решения нарушение устранено, в связи с чем 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 наружную рекламу 28-ого чемпионата Тульской области Мистер и Мисс Тула – 2014, размещенную на улице Советской города Тулы, вблизи МУК «ГКЗ», поскольку данная реклама в нарушение части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не содержит возрастную категорию информационной продукции.
2. Признать ООО «ТГМСК «Андрей» нарушившим часть 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тульского УФАС России для рассмотрения вопроса о привлечении ответственного должностного лица ООО «ТГМСК «Андрей» к административной ответственности по статье 14.3 Кодекса РФ.
4. Дело в отношении МУК «ГКЗ» прекратить в связи с отсутствием в его действиях состава правонарушения.

Решение изготовлено в полном объеме "1" декабря 2014г.

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

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении штрафа

по делу об административном правонарушении № АП 02-11/142-2014

1 декабря 2014 г.

г. Тула

15 часов 30 минут

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Тульской области Попов Павел Дмитриевич, рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении № АП 02-11/142-2014, возбужденного в отношении должностного лица – президента ООО «ТГМСК «Андрей» Павловского Андрея Георгиевича (25.01.1952г.р., паспорт РФ 70 97 № 044696 выдан ОВД Советского района г. Тулы, 27.11.1998г., код подразделения 712-002, зарег г. Тула, ул. Смидович, д. 3, кв. 3) в присутствии последнего,

УСТАНОВИЛ:

На улице Советской города Тулы, вблизи МУК (клуб) «Городской концертный зал» размещена рекламная конструкция с наружной рекламой следующего содержания:

«1 ноября 14:00 28-й чемпионат Тульской области Мистер и Мисс Тула – 2014 Городской концертный зал (ул. Советская, 2) бодибилдинг, бодифитнес, бикини.

Правительство Тульской области Администрация города Тулы

www.tulasila.ru, т. 26-45-90»

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.

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

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 вышеуказанного мероприятия не содержит установленную Законом категорию информационной продукции.

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

Частью 4 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» определено, что нарушение рекламодателями, [рекламораспространителями](#) законодательства Российской Федерации о рекламе влечет ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

На рассмотрении рекламного дела президент ООО «ТГМСК «Андрей»

Павловский А. Г. пояснил, что изготовление и размещение данной рекламы осуществлял самостоятельно, указав, что нарушение произошло по его вине, неумышленно, в содеянном раскаялся.

Частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях установлено, что нарушение рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на должностных лиц от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей.

По факту выявленного нарушения уполномоченным должностным лицом в отношении президента ООО «ТГМСК «Андрей» Павловского Андрея Георгиевича

1 декабря 2014 года составлен протокол по делу N АП02-

11/142-2014 об административном правонарушении, предусмотренный статьей 28.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Состав административного правонарушения объективно подтверждается материалами дела:

- наличие события административного правонарушения – должностное лицо - президент ООО «ТГМСК «Андрей» Павловский А. Г. разместил ненадлежащую рекламу зрелищного мероприятия без указания категории информационной продукции, что влечет нарушение части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»;
- лицо, совершившее противоправные действия (бездействие), за которые Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях предусмотрена административная ответственность – должностное лицо - президент ООО «ТГМСК «Андрей» Павловский А. Г.;
- виновность лица в совершении административного правонарушения – Павловский А.Г. имел возможность, но не предпринял всех зависящих от него мер по соблюдению законодательства о рекламе;
- обстоятельства, смягчающие административную ответственность – нарушение допущено впервые, неумышленно;
- обстоятельства, отягчающие административную ответственность – отсутствуют.

На основании изложенного, руководствуясь статьями 14.3., 23.48., частью 1 статьи 29.9. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях

ПОСТАНОВИЛ:

Наложить на должностное лицо – президента ООО «ТГМСК «Андрей» Павловского **Андрея Георгиевича штраф в размере 4 000 (четыре тысячи) рублей.**

Сумму штрафа надлежит уплатить:

Получатель: ИНН 7107026090/КПП 710601001

УФК по Тульской области (Управление Федеральной антимонопольной службы по Тульской области)

(Управление Федеральной антимонопольной службы по Тульской области)

КБК 161 116 26000 01 6000 140

ОКТМО 70701000

Банк получателя: Отделение Тула

БИК 047003001

Назначение платежа – административный штраф по постановлению Управления Федеральной антимонопольной службы по Тульской области от **1 декабря 2014 года за нарушение законодательства о рекламе.**

В соответствии с частью 1 статьи 32.2. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее тридцати дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 настоящего Кодекса.

При отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа по истечении тридцати дней со дня срока, указанного в части 1 указанной статьи, должностное лицо, вынесшее постановление, направляет соответствующие материалы судебному приставу-исполнителю для взыскания суммы административного штрафа в порядке, предусмотренном федеральным законодательством (часть 5 статьи 32.1 КоАП РФ).

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП РФ неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного штрафа.

Постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в соответствии со статьями 30.1.- 30.3. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1. КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

Дата получения (выдачи) постановления о наложении штрафа – 1 декабря 2014 года

Дата вступления постановления в законную силу – 11 декабря 2014 года

Срок исполнения постановления – до 8 февраля 2015 года

Срок оплаты административного штрафа (часть 1 статьи 32.2 КоАП) – до 8 февраля 2015 года