

# Решение по делу № 03-21/59-2016 о признании рекламы ненадлежащей

«25» ноября 2016 года  
Ола

г. Йошкар-

Резолютивная часть решения объявлена: «24» ноября 2016 года.

Полный текст решения изготовлен: «25» ноября 2016 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе

в составе:

председатель Комиссии –

член Комиссии —

член Комиссии –

рассмотрев дело № 03-21/59-2016, возбужденное по признакам нарушения части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) в отношении ИП С., выразившимся в распространении рекламы спектакля ростовых кукол «Щенячий патруль. Московское шоу ростовых кукол» в газете «Известия Марий Эл» в номере №21 (1101) от 01 июня 2016 года на странице 8 следующего содержания:



Далее-Реклама,

в присутствии:

представителя ИП С., действующего на основании доверенности,

### **УСТАНОВИЛА:**

Дело о нарушении законодательства о рекламе возбуждено в отношении ИП С. по признакам нарушения части 10.5 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившимся в распространении рекламы зрелищных мероприятий без указания возрастной категории, для которой предназначена информационная продукция.

Основанием для возбуждения дела явился проведенный специалистами отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) мониторинг рекламы, размещенной в газете «Известия Марий Эл» в номере №21 (1101) от 01 июня 2016 года.

ИП С. в письменных пояснениях от 22.11.2016 №51, от 31.10.2016 №13170 сообщила, что не признает нарушение законодательства о рекламе, поскольку, по мнению индивидуального предпринимателя, возрастная категория печатного СМИ указана на первой и последней полосе газеты. По мнению индивидуального предпринимателя, рекламный модуль адресован непосредственно взрослой аудитории, с целью заказа и бронирования билетов.

На заседании комиссии 24.11.2016 представитель ИП С. поддержал доводы, изложенные в письменных пояснениях.

Комиссия Марийского УФАС России, рассмотрев полученные в ходе рассмотрения материалы и документы, письменные и устные пояснения лица, участвующего в рассмотрении дела, приходит к выводу о нарушении законодательства о рекламе при распространении рассматриваемой рекламы на основании следующего.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе реклама - 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 понимают 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.

Комиссия Марийского УФАС России, проанализировав информацию, размещенную в газете, пришла к выводу о том, что она является рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц (потенциальным потребителям рекламы), направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (шоу ростовых кукол «Щенячий патруль»), а также формирует и поддерживает интерес к рекламируемому объекту и продвигает его на рынке аналогичных услуг.

Согласно части 1 статьи 12 Федерального закона от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (далее — ФЗ № 436) обозначение категории информационной продукции знаком информационной продукции и (или) текстовым предупреждением об ограничении распространения информационной продукции среди детей осуществляется с соблюдением требований указанного Федерального закона ее производителем и (или) распространителем с указанием цифры и знака «плюс» или соответствующего текстового предупреждения.

В соответствии с пунктом 5 статьи 2 ФЗ № 436 информационная продукция - это 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.

На основании пункта 3 статьи 2 ФЗ № 436 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.

Согласно части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального [закона](#) от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», без указания категории данной информационной продукции.

Шоу ростовых фигур «Щенячий патруль» на основании пункта 3 статьи 2 ФЗ № 436 относится к информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями данного закона, и в соответствии с требованиями части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» категория данной информационной продукции должна быть обозначена в ее рекламе соответствующими цифрой, знаком или предупреждением о возрастных ограничениях распространения такой продукции среди детей.

Однако в рассматриваемой рекламе отсутствует знак информационной продукции, соответственно реклама нарушает положения части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

Комиссией Марийского УФАС России отклоняются доводы предпринимателя об отсутствии необходимости указания знака информационной продукции, поскольку печатное средство массовой информации адресовано лицам старше 16 лет.

По смыслу приведенных положений Закона №436-ФЗ, а также части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе в рекламе зрелищных мероприятий обязательно указание знака возрастной категории информационной продукции с целью доведения до потребителей достоверной информации о возможности участия в зрелищных мероприятиях несовершеннолетних.

На основании изложенного, Комиссия Марийского УФАС России приходит к итоговому выводу о том, что рассматриваемая реклама нарушает требования части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе, поскольку в ней отсутствует указание на категорию информационной продукции (возрастное ограничение).

Пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе предусмотрены понятия рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя. Рекламодатель изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо. Рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленной частью 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

Учредителем и издателем СМИ «Газета Известия Марий Эл» является ИП С.

Согласно письменным пояснениям ИП С., рассматриваемая реклама размещена на основании заявки компании «Все концерты», реклама размещалась в обмен на пригласительные билеты.

На основании изложенного, рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ИП С.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В настоящий момент доказательств, свидетельствующих о прекращении ИП С. нарушения законодательства о рекламе, в материалы дела не представлены, поэтому Марийское УФАС России считает необходимым выдать предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе ИП С.

Руководствуясь [частью 2 пункта 1 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:**

Признать ненадлежащей рекламу спектакля ростовых кукол «Щенячий патруль. Московское шоу ростовых кукол» в газете «Известия Марий Эл» в номере №21 (1101) от 01 июня 2016 года на странице 8 следующего содержания:



поскольку в ней нарушены требования части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ИП С. обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

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

Председатель Комиссии

Члены комиссии:

## **ПРЕДПИСАНИЕ**

### **О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА**

### **РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ**

**ПО ДЕЛУ № 03-21/59-2016**

«25» ноября 2016 г.

г. Йошкар - Ола

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии –

член Комиссии —

член Комиссии –

на основании своего решения от «25» ноября 2016 г. по делу № 03-21/59-2016 о признании ненадлежащей спектакля ростовых кукол «Щенячий патруль. Московское шоу ростовых кукол» в газете «Известия Марий Эл» в номере №21 (1101) от 01 июня 2016 года на странице 8, в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

#### **ПРЕДПИСЫВАЕТ:**

1. Индивидуальному предпринимателю С. в семидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно прекратить распространение рекламы зрелищных мероприятий без указания категории информационной продукции.
2. Индивидуальному предпринимателю С. представить в Управление Федеральной антимонопольной службы России по Республике Марий Эл письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в течение трех дней с момента его исполнения.

#### **Примечание!**

***В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Управление Федеральной антимонопольной службы России по республике Марий Эл вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.***

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии: