

ООО «Компьютерный центр «МедИнфо»

ул. Мусы-Джалиля-Духовская, д. 23,

Великий Новгород, 173003

Управление Роскомнадзора по  
Новгородской области

ул. Славная, д. 48а,

Великий Новгород, 173000

Исходящие № 5755/03 от 11.12.19

## РЕШЕНИЕ

Резолютивная часть оглашена  
02.12.2019

Великий

В полном объеме изготовлено  
11.12.2019

Новгород

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Новгородской области (далее – Новгородское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел о нарушениях законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Куриков И.А. – председатель Комиссии, заместитель руководителя Управления;

Петров Д.А. – член Комиссии, главный специалист-эксперт Управления;

Михайлов С.О. – член Комиссии, ведущий специалист-эксперт Управления,

рассмотрев дело № 053/05/5-525/2019 от 19.11.2019 по признакам нарушения Обществом с ограниченной ответственностью «Компьютерный центр «МедИнфо» (ИНН: 5321059728, 173003, г. Великий Новгород, ул. Мусы-Джалиля-Духовская, д. 23; далее – ООО «Компьютерный центр «МедИнфо») части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

#### УСТАНОВИЛА:

06.11.2019 в Новгородское УФАС России из Управления Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Новгородской области поступила информация о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Информация).

Из Информации следует, что в выпуске № 81 (1861) от 28.10.2019 газеты «Дело, работа, обучение, занятость (рекламное издание)» (свидетельство о регистрации ПИ № ТУ 53 - 00077 от 30.06.2010 года) на 3 странице размещено рекламное объявление, демонстрирующие анонс зрелищного мероприятия в Новгородской областной филармонии им. А.С. Аренского, следующего содержания:

«Ночь искусств, Новая сказка Шахерезады», со знаком информационной продукции «14+».

В соответствии с пунктом 1 статьи 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе объект рекламирования – 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.

Указанное рекламное объявление адресовано неопределенному кругу лиц, направлено на привлечение внимания к объекту рекламирования (культурно-массовых развлекательных мероприятий), формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке, и следовательно является рекламой.

В соответствии с частью 10.1 статьи 5 Закона о рекламе не допускается

размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (далее – Закон № 436-ФЗ), без указания категории данной информационной продукции.

Согласно пункту 5 статьи 2 Закона № 436-ФЗ 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.

В соответствии с пунктом 6 статьи 2 Закона № 436-ФЗ информационная продукция для детей - информационная продукция, соответствующая по тематике, содержанию и художественному оформлению физическому, психическому, духовному и нравственному развитию детей.

Согласно части 1 статьи 6 Закона № 436-ФЗ классификация информационной продукции осуществляется ее производителями и (или) распространителями самостоятельно (в том числе с участием эксперта, экспертов и (или) экспертных организаций, отвечающих требованиям статьи 17 настоящего Федерального закона) до начала ее оборота на территории Российской Федерации.

В соответствии с частью 3 статьи 6 Закона № 436-ФЗ классификация информационной продукции осуществляется в соответствии с требованиями настоящего 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 (информационная продукция, содержащая информацию, предусмотренную частью 2 статьи 5 настоящего Федерального закона).

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 Закона № 436-ФЗ).

Знак информационной продукции - графическое и (или) текстовое обозначение информационной продукции в соответствии с классификацией информационной продукции, предусмотренной частью 3 статьи 6 настоящего Федерального закона (пункт 2 статьи 2 Закона № 436-ФЗ).

В соответствии с частью 1 статьи 12 Закона № 436-ФЗ обозначение категории информационной продукции знаком информационной продукции и (или) текстовым предупреждением об ограничении распространения информационной продукции среди детей осуществляется с соблюдением требований настоящего Федерального закона ее производителем и (или) распространителем следующим образом:

1) применительно к категории информационной продукции для детей, не достигших возраста шести лет, - в виде цифры «0» и знака «плюс»;

2) применительно к категории информационной продукции для детей, достигших возраста шести лет, - в виде цифры «6» и знака «плюс» и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания «для детей старше шести лет»;

3) применительно к категории информационной продукции для детей, достигших возраста двенадцати лет, - в виде цифры «12» и знака «плюс» и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания «для детей старше 12 лет»;

4) применительно к категории информационной продукции для детей, достигших возраста шестнадцати лет, - в виде цифры «16» и знака «плюс» и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания «для детей старше 16 лет»;

5) применительно к категории информационной продукции, запрещенной для детей, - в виде цифры «18» и знака «плюс» и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания «запрещено для детей».

Согласно части 3 статьи 12 Закона № 436-ФЗ размер знака информационной продукции должен составлять не менее чем пять процентов площади афиши или иного объявления о проведении соответствующего зрелищного мероприятия, объявления о кино- или видеопозаказе, а также входного билета, приглашения либо иного документа, предоставляющих право посещения такого мероприятия.

Вышеуказанное рекламное объявление содержит знак об установленной категории информационной продукции «14+».

Вместе с тем как указывалось выше, законодательством о защите детей от

информации, причиняющей вред их здоровью и развитию категория информационной продукции «14+» не предусмотрена.

Таким образом, в распространенном на 3 странице рекламного издания – газеты «Дело, работа, обучение, занятость (рекламное издание)» № 81 (1861) от 28.10.2019 – рекламном объявлении демонстрирующие анонс зрелищного мероприятия в Новгородской областной Филармонии им. А.С. Аренского имеются признаки нарушения части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в ненадлежащем указании в рекламе о проведении культурно-массового развлекательного мероприятия, категории информационной продукции в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

Ответственность за нарушение законодательства о рекламе в данной части в соответствии со статьей 38 Закона о рекламе несет рекламораспространитель (часть 7 статьи 38 Закона о рекламе).

Рекламораспространителем, то есть лицом, осуществившем распространение рекламы, в данном случае является учредитель и издатель периодического печатного издания – газеты «Дело, работа, обучение, занятость (рекламное издание)» - ООО «Компьютерный центр «МедИнфо».

На заседании Комиссии по рассмотрению настоящего дела присутствовал главный редактор печатного издания «Дело, работа, обучение, занятость (рекламное издание)» «....»(доверенность б/н от 01.12.2019).

В материалах дела имеются письменные объяснения «....» (вх. № 8117 от 02.12.2019 УФАС России по Новгородской области) суть которых сводится к следующему.

28.10.2019 в газете «Дело, работа, обучение, занятость (рекламное издание)», на третьей полосе была размещена информация рекламного характера (афиша) «Ночь искусств, Новая сказка Шахерезады», Новгородской областной Филармонии им. Аренского.

Объект рекламирования (афиша) был изготовлен в Новгородской областной Филармонии им. Аренского, в частности администратором «.....», которая пояснила, что допустила опечатку при изготовлении данного рекламного объявления.

В свою очередь, при проверке финишного номера газеты данная ошибка также была упущена.

Также на заседании Комиссии по рассмотрению настоящего дела представитель «....» устно пояснила, что данное нарушение совершенно впервые, в дальнейшем ООО «Компьютерный центр «МедИнфо» обязуется более тщательно контролировать готовые файлы газеты перед печатью, во избежание повторного нарушения законодательства о рекламе.

Исследовав материалы дела по признакам нарушения законодательства о рекламе, Комиссия по рассмотрению дела приходит к следующим выводам.

Материалами дела № 053/05/5-525/2019 от 19.11.2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе подтверждается тот факт, что рассматриваемая реклама распространялась с нарушениями положений части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

ООО «Компьютерный центр «МедИнфо» не обеспечило соблюдение правил размещения рекламных материалов в печатном издании, что выразилось в размещении на 3 полосе в выпуске № 81 (1861) от 28.10.2019 газеты «Дело, работа, обучение, занятость (рекламное издание)» рекламного объявления, демонстрирующие анонс зрелищного мероприятия в Новгородской областной Филармонии им. Аренского, с ненадлежащим указанием знака категории информационной продукции и привело к нарушению части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 2 статьи 36, статьей 38 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Административным регламентом Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденным Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу информационной продукции, размещенной в выпуске № 81 (1861) от 28.10.2019 газеты «Дело, работа, обучение, занятость (рекламное издание)» (свидетельство о регистрации ПИ № ТУ 53 - 00077 от 30.06.2010 года) на 3 странице, демонстрирующей анонс зрелищного мероприятия в Новгородской областной Филармонии им. А.С. Аренского, следующего содержания: «Ночь искусств, Новая сказка Шахерезады», со знаком информационной продукции «14+», поскольку в ней нарушены требования части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», что выразилось в ненадлежащем указании в рекламе знака категории информационной продукции.

2. Выдать рекламораспространителю – Обществу с ограниченной ответственностью «Компьютерный центр «МедИнфо» обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Новгородского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии  
Куриков

И.А.

Члены комиссии  
Петров

Д.А.

С.О. Михайлов