

Комиссия Тульского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, рассмотрев дело № 02-03/101-2016, возбужденное по признакам нарушения ООО «Лайм» части 10.1 статьи 5, статьи 16 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», в присутствии Василенко И.П. - генерального директора общества,

УСТАНОВИЛА:

В рекламно-информационном журнале «LIMEcity» (выпуск № 9 (60) за октябрь 2016 года) на странице 10 размещена реклама:

«5 ноября

Первый торгово-развлекательный центр

День рождения ТРЦ «Первый»

Дарим подарки Призовой фонд 150 000 рублей

Более 10 000 гарантированных призов

Данное мероприятие не является лотереей и не регулируется Федеральным законом от 11.11.2003 № 138-ФЗ (ред. от 18.07.2011) «О лотереях».

Указанная информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (зрелищное мероприятие – день рождения ТРЦ «Первый»), формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке и, в силу статьи 3 Федерального Закона «О рекламе», является рекламой.

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** - предназначенная 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**, 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**.

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;
- информационная продукция для детей, достигших возраста шести лет;
- информационная продукция для детей, достигших возраста двенадцати лет;
- информационная продукция для детей, достигших возраста шестнадцати лет;
- 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 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 вышеуказанной информационной продукции отсутствует указание на её категорию.

Согласно статье 16 Федерального закона «О рекламе» на обложке и в выходных данных периодического печатного издания, которое зарегистрировано в качестве специализирующегося на сообщениях и материалах рекламного характера, должна содержаться информация о такой специализации.

В нарушение данной нормы закона на обложке и в выходных данных рекламно-информационного журнала «LIMEcity» такая информация отсутствует.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» за нарушение части 10.1 статьи 5, статьи 16 ответственность несет рекламораспространитель, в данном случае – ООО «Лайм» - учредитель рекламно-информационного журнала «LIMEcity».

Согласно объяснениям законного представителя ООО «Лайм» Василенко И.П. нарушение части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» допущено неумышленно, нарушение статьи 16 указанного закона произошло в связи с технической ошибкой.

Учитывая, что на заседание Комиссии по рассмотрению дела не представлены доказательства об устранении нарушений, послуживших основанием для возбуждения дела, то Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи ООО «Лайм» предписания.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42, 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства № 508 от 17.08.2006г., Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ООО «Лайм» нарушившим статью 16 Федерального закона «О рекламе», поскольку в выпуске № 9 (60) за октябрь 2016 года рекламно-информационного журнала «LIMEcity» не указана рекламная специализация журнала.
2. Признать ненадлежащей размещенную в указанном выпуске журнала «LIMEcity» рекламу проведения зрелищного мероприятия в ТРЦ «Первый», поскольку она нарушает часть 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».
3. Выдать ООО «Лайм» предписание о прекращении нарушения части 10.1 статьи 5, статьи 16 Федерального закона «О рекламе».
4. Материалы дела передать уполномоченному должностному лицу Тульского УФАС России для рассмотрения вопроса о привлечении должностного лица к административной ответственности по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Резолютивная часть решения оглашена 16 декабря 2016 г.

В полном объеме решение изготовлено «26» декабря 2016 г.

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

ПРЕДПИСАНИЕ

16 декабря 2016 года

г. Тула

Комиссия Тульского УФАС России по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе, на основании своего решения от 16 декабря 2016 года по делу № 02-03/101-2016 о признании ООО «Лайм» нарушившим часть 10.1 статьи 5, статью 16 Федерального закона «О рекламе» в выпуске № 9 (60) за октябрь 2016 года рекламно-информационного журнала «LIMEcity», и 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, утвержденных постановлением Правительства № 508 от 17.08.2006г.

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО «Лайм» в десятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства РФ о рекламе, а именно:

- прекратить размещение ненадлежащей рекламы, распространяющейся с нарушением требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»;
- сопровождать рекламно-информационный журнал «LIMEcity» информацией об его специализации.

2. ООО «Лайм» представить в Тульское УФАС России письменное доказательство исполнения пункта 1 настоящего предписания в трёхдневный срок после его исполнения.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ФАС России (территориальный орган ФАС России) 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.