

Решение по делу № 03-21/32-2016 о признании рекламы ненадлежащей «19» июля 2016 года г. Йошкар-Ола Резолютивная часть решения объявлена: «11» июля 2016 года. Полный текст решения изготовлен: «19» июля 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 № 03-21/32-2016, 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 Т., выразившимся в распространении рекламы цирка-шапито «Магия арены» и спектакля ростовых кукол «Щенки спешат на помощь» в номере 14 (538) от 20.05.2016 газеты «Бизнес в Марий Эл» на странице 4 следующего содержания: Далее-Реклама, в присутствии: представителя ИП Т., действующей на основании доверенности от 11.07.2016, УСТАНОВИЛА: Дело о нарушении законодательства о рекламе возбуждено в отношении ИП Т. 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 номере 14 (538) от 20.05.2016 газеты «Бизнес в Марий Эл». ИП Т. в письменных пояснениях от 05.07.2016 вх.№8559 сообщила, что не признает нарушение законодательства о рекламе, поскольку, по мнению индивидуального предпринимателя, ответственность за размещение рекламы информационной продукции с нарушением требований части 10.5 статьи 5 Закона о рекламе должен нести рекламодатель. ИП Т. также в письменных пояснениях от 14.06.2016 вх.№7461 указала, что рекламные модули были согласованы с рекламодателями по электронной почте, оплата за размещение рекламы не производилась, рекламодателями редакции газеты были выданы пригласительные билеты на рассматриваемые мероприятия в качестве благодарности за размещение рекламных модулей в газете. Марийским УФАС России в ходе рассмотрения дела установлено следующее. 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. Рассматриваемая информация, является рекламой, так как адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования. 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 (статья 3 Закона о рекламе). Из содержания текста рекламной информации, следует, что объектом рекламирования являются следующие мероприятия: цирк-шапито «Магия арены» и спектакль ростовых кукол «Щенки спешат на помощь». 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» (далее – Закон №436-ФЗ), без указания категории данной информационной продукции. Указанное требование распространяется только на рекламу информационной продукции, и только такой информационной продукции, которая подлежит возрастной классификации. Закон №436-ФЗ регулирует отношения, связанные с защитой детей от информации, причиняющей вред их здоровью и (или) развитию, в том числе от такой информации, содержащейся в информационной продукции. Согласно части 5 статьи 2 Закона №436-ФЗ 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, посредством информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети «Интернет», и сетей подвижной радиотелефонной связи. В силу пункта 3 статьи 2 указанного закона 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. Выступления артистов в дни, указанные в рекламных модулях, публичное исполнение цирковых номеров и проведение шоу являются зрелищными мероприятиями. Следовательно, информация, которая может быть распространена о данных мероприятиях является информационной продукцией. Глава 2 Закона №436-ФЗ вводит классификацию информационной продукции по пяти категориям: 1) информационная продукция для детей, не достигших возраста шести лет (0+); 2) информационная продукция для детей, достигших возраста шести лет (6+); 3) информационная продукция для детей, достигших возраста двенадцати лет (12+); 4) информационная продукция для детей, достигших возраста шестнадцати лет (16+); 5) информационная продукция, запрещенная для детей (18+). В силу части 1 статьи 12 Закона №436-ФЗ категория информационной продукции может обозначаться знаком информационной продукции и (или) текстовым предупреждением об ограничении распространения информационной продукции среди детей. В рассматриваемой рекламе отсутствуют знаки информационной продукции. Таким образом, 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, а, следовательно, довод индивидуального предпринимателя об ответственности рекламодателя является юридически ошибочным. ИП Т. является учредителем и главным редактором газеты «Бизнес в Марий Эл». На основании изложенного, рекламораспространителем рассматриваемой рекламы выступает ИП Т. Согласно пункту 1 части 2 статьи 33

Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламоделателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. В настоящий момент доказательств, свидетельствующих о прекращении ИП Т. нарушения законодательства о рекламе, в материалы дела не представлено. Марийское УФАС России, изучив представленные в материалы дела доказательства, считает необходимым выдать предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе ИП Т. 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: 1. Признать ненадлежащей рекламу цирка-шапито «Магия арены» и спектакля ростовых кукол «Щенки спешат на помощь» в номере 14 (538) от 20.05.2016 газеты «Бизнес в Марий Эл» на странице 4 поскольку в ней нарушены требования части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе». 2. Выдать ИП Т. 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 № 03-21/32-2016 «19» июля 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 «19» июля 2016 г. по делу № 03-21/32-2016 о признании ненадлежащей рекламы цирка-шапито «Магия арены» и спектакля ростовых кукол «Щенки спешат на помощь» в номере 14 (538) от 20.05.2016 газеты «Бизнес в Марий Эл» на странице 4, 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 Т. 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 Т. 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: