

6 июля 2016 года

г. Тула

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тульской области по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе, рассмотрев дело № 02-03/37-2016 по признакам нарушения ООО «Афиша – наружная реклама», ООО «Афиша» Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», в присутствии генерального директора ООО «Афиша» (паспорт),

в отсутствие законного представителя ООО «Афиша – наружная реклама», уведомленного надлежащим образом,

УСТАНОВИЛА:

В городе Туле на улице Октябрьской, возле остановки общественного транспорта «Московская застава» по направлению транспорта в сторону центра города, размещен рекламный щит (№ 24Б) следующего содержания:

«ШАГ

компьютерная академия

КОМПЬЮТЕРНЫЙ ЛЕТНИЙ ЛАГЕРЬ

Каникулы с пользой!

для детей 9-14 лет

Смены:

ул. Епифанская, д. 54, этаж 2

(4872)71 11 17

(915)681 16 48»

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.

В рассматриваемом случае объектом рекламирования является компьютерный летний лагерь для детей «ШАГ».

Статьей 2 Федерального [закона](#) от 29.12.2010г. N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию" (далее – Федеральный закон «О защите детей») определены следующие понятия:

- 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» 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»).

В нарушение указанных требований реклама вышеуказанных мероприятий не содержит установленную категорию информационной продукции.

Согласно части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за данное нарушение несет рекламораспространитель, в данном случае – ООО «Афиша-наружная реклама», ООО «Афиша».

В силу пункта 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

27 июня 2016 года ООО «Афиша-наружная реклама» предоставило в Управление письменное пояснение (вх. № 2873) согласно которому, спорный рекламный щит ему не принадлежит, размещение информации Общество на нем не осуществляет.

Согласно устным и письменным пояснениям (вх. № 2923 от 29.06.2016г.) генерального директора ООО «Афиша» Гурьянова А.В., в указанной рекламе содержалась информация о возрастной категории «для детей 9-14 лет» и поэтому реклама была допущена к размещению без дополнительного отражения сведений о категории классификационной принадлежности рекламных услуг.

Между тем, частью 1 статьи 12 Федерального закона «О защите детей» прямо предусмотрено, что 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".

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 (часть 3 статьи 12 Федерального закона «О защите детей»).

Таким образом, наличие знака, обозначающего категорию информации продукции, предназначенного для детей определенного возраста, предусмотрено нормами действующего законодательства.

Принимая во внимание, представленные ООО «Афиша» документы (фотографии), свидетельствующие о прекращении нарушения, 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, утв. постановлением Правительства РФ № 508 от 17.08.2006г., Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу «Компьютерного летнего лагеря», размещенную на рекламном щите (№ 24Б) в городе Туле на улице Октябрьской, возле остановки общественного транспорта «Московская застава» по направлению транспорта в сторону центра города, размещенную в нарушение части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».
2. Признать ООО «Афиша» нарушившим часть 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».
3. Предписание ООО «Афиша» о прекращении нарушения Федерального закона «О рекламе» не выдавать, в связи с добровольным прекращением нарушения.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тульского УФАС России для рассмотрения вопроса о привлечении должностного лица ООО «Афиша» к административной ответственности по части 1 статьи 14.3 Кодекса РФ.
5. В отношении ООО «Афиша - наружная реклама» дело прекратить в связи с отсутствием состава правонарушения в его действиях

Решение изготовлено в полном объеме "8" июля 2016г.

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