



ФЕДЕРАЛЬНАЯ
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ
СЛУЖБА
(ФАС России)
ЗАМЕСТИТЕЛЬ
РУКОВОДИТЕЛЯ

Руководителям территориальных
органов ФАС России

Садовая Кудринская, 11
Москва, Д-242, ГСП-3, 125993
тел. (499) 755-23-23, факс (499) 755-23-24
delo@fas.gov.ru <http://www.fas.gov.ru>

штамп
регистрации № _____

На № _____ от _____

По вопросу применения части 10.1
статьи 5 Федерального закона «О
рекламе» к рекламе зрелищных
мероприятий

В соответствии с пунктом 36 Плана оказания методической помощи территориальным органам ФАС России в 2019 году, утвержденным приказом ФАС России от 18.04.2019 № 477/19, ФАС России направляет разъяснение по вопросу применения части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» к рекламе зрелищных мероприятий.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама – это 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 части 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.

Необходимо отметить, что указанное требование части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» распространяется исключительно на рекламу информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона «О защите детей от информации, но не на рекламу иных товаров или услуг.



Под информационной продукцией согласно статье 2 Федерального закона "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию" понимаются 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

Соответственно, требование об указании в рекламе категории информационной продукции не распространяется на рекламу товаров, не подпадающих под понятие информационной продукции.

При этом, понятие зрелищного мероприятия содержится в пункте 3 статьи 2 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», в соответствии с которым зрелищное мероприятие - это 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.

Следует иметь в виду, что указанный в данном понятии перечень мероприятий, относящихся к зрелищным мероприятиям, не является исчерпывающим.

Вместе с тем отнесение информации к рекламе зрелищных мероприятий осуществляется в каждом конкретном случае, исходя из содержания такой информации и всех обстоятельств её размещения.

В силу части 1 статьи 20 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и (или) развитию, осуществляют в пределах своей компетенции федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, в том числе электронных, и массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий федеральный государственный надзор в области защиты прав потребителей, и федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере образования и науки.

В соответствии с пунктом 5.1.1.6. Положения о Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 16.03.2009 № 228, Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций осуществляет государственный контроль и надзор в сфере защиты детей от информации, причиняющей вред их здоровью и (или)

развитию, - за соблюдением требований законодательства Российской Федерации в сфере защиты детей от информации, причиняющей вред их здоровью и (или) развитию, к производству и выпуску средств массовой информации, вещанию телеканалов, радиоканалов, телепрограмм и радиопрограмм, а также к распространению информации посредством информационно-телекоммуникационных сетей (в том числе информационно-телекоммуникационной сети "Интернет") и сетей подвижной радиотелефонной связи (за исключением контроля и надзора за соответствием требованиям законодательства Российской Федерации в сфере защиты детей от информации, причиняющей вред их здоровью и (или) развитию, информационной продукции, реализуемой потребителям, в части указания в сопроводительных документах на информационную продукцию сведений, полученных в результате классификации информационной продукции, и размещения в соответствии с указанными сведениями знака информационной продукции с соблюдением требований технических регламентов, а также за соблюдением образовательными и научными организациями требований законодательства Российской Федерации в сфере защиты детей от информации, причиняющей вред их здоровью и (или) развитию, к информационной продукции, используемой как в образовательном процессе, так и при предоставлении образовательными и научными организациями доступа к информационно-телекоммуникационным сетям, в том числе информационно-телекоммуникационной сети "Интернет").

Таким образом, при возникновении сомнений в части отнесения информационной продукции к той или иной возрастной категории рекомендуем территориальным органам ФАС России обращаться с указанным вопросом в Федеральную службу по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.

При этом в силу части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение части 10.1 статьи 5 данного Закона несет рекламодатель.

Место для подписи

Д.В. Фесюк

Исп. Латыпова Асия Харисовна
тел. 8(499)755-23-23 вн. 097-227