



**ФЕДЕРАЛЬНАЯ
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА**

**УПРАВЛЕНИЕ
Федеральной антимонопольной службы
по Свердловской области**

ул. Московская, 11, г. Екатеринбург, 620014
тел. (343) 377-00-83, факс (343) 377-00-84

е-mail: fo66@ras.gov.ru

№ 18611

На № _____ от _____

для сведения:
СРОО «Народный контроль»
Nkontrol96@mail.ru

*О негосударственных заявлениях
по подведомственности*

Уважаемый Александр Александрович!

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области поступило заявление СРОО «Народный контроль» (вх. №01-25510 от 15.09.2021) с жалобой на распространение в магазине «Читай город», расположенном в г. Екатеринбурге в ТЦ «Радуга Парк» на обложках тетрадей информация «*Ломая: самое тяжелое в жизни - это Синий Кит, все остальное - прелесть*», что расценивается заявителем как реклама, нарушающая требования Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), поскольку привлекает внимание к запрещенной организации «Синий Кит», склоняющей подростков к суицидам.

Свердловское УФАС России как территориальный орган Федеральной антимонопольной службы (далее - территориальный орган) осуществляет функции по контролю за соблюдением антимонопольного законодательства, законодательства в сфере деятельности субъектов естественных монополий (в части установленных законодательством полномочий антимонопольного органа), рекламы, контролю (надзору) в сфере государственного оборонного заказа и в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд, а также по согласованию применения закрытых способов определения поставщика (подрядчика, исполнителя), в соответствии с Положением о территориальном органе Федеральной антимонопольной службы, утв. Приказом ФАС России от 23.07.2015 № 649/15.

Между тем, спорная информация не является рекламой, исходя из следующего.

Законодательством Российской Федерации согласно ч. 4 ст. 5 Федерального закона от 27.07.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» могут быть установлены виды информации в зависимости от ее содержания или обладателя. При этом под **рекламой** в ст. 3 Закона о рекламе понимается информация, распространяемая 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 (п. 1.). под **объектом рекламирования** – товар, средство индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель, или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятия (в том числе

*Вопрос
24.9*

спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама (п.2); под **товаром** – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (п.3).

Согласно ст.4 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции»:

товар - объект гражданских прав (в том числе работа, услуга, включая финансовую услугу), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (п.1.);

товарный рынок - сфера обращения товара (в том числе товара иностранного производства), который не может быть заменен другим товаром, или взаимозаменяемых товаров (далее - определенный товар), в границах которой (в том числе географических) исхода из экономической, технической или иной возможности либо целесообразности приобретатель может приобрести товар, и такая возможность либо целесообразность отсутствует за ее пределами (п.4).

К объектам гражданских прав относятся вещи (включая денежные деньги и документальные ценные бумаги), иное имущество, в том числе имущественные права (включая безличные денежные средства, бездокументарные ценные бумаги, результаты работ и оказание услуг, охраняемые результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации (интеллектуальная собственность); нематериальные блага (ст.128 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее - ГК РФ)).

В соответствии с частями 1, 3 статьи 455 ГК РФ товаром по договору купли-продажи могут быть любые вещи, не выходя за пределы оборота. Условие договора купли-продажи о товаре считается согласованным, если договор позволяет определить наименование и количество товара.

Частью 1 статьи 467 ГК РФ установлено, что если по договору купли-продажи передатчик подлагает товары в определенном соотношении по видам, моделям, размерам, вставкам или иным признакам (ассортименту), продавец обязан передать покупателю товары в ассортименте, согласованном сторонами.

В соответствии с п.1 ст.172 ГК РФ от 27.12.2017 № АК/92163/17 «О разграничении понятий вывески и рекламы» рекламой признается информация, позволяющая четко обозначить, индивидуализировать конкретный объект рекламирования, выделить его среди однородных товаров и сформировать к нему интерес в целях продвижения на рынке.

Согласно ст.1473 ГК РФ юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, выступает в гражданском обороте под своим фирменным наименованием, которое определяется в его учредительных документах и включается в единый государственный реестр юридических лиц при государственной регистрации юридического лица (п.1 указанной статьи). Фирменное наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно-правовую форму и собственно наименование юридического лица, которое не может состоять только из слов, обозначающих род деятельности (п.2 указанной статьи).

Информации, не содержащая указания на объект рекламирования, в том числе наименование организации, названий товаров (работ, услуг), средств индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий, которые позволяют выделить конкретное лицо или конкретный товар среди множества однородных, не направленная на их продвижение на рынке и не формирующая интереса к ним, не является рекламой, поскольку такая информация не содержит объекта рекламирования.

Согласно ст.2 Гражданского кодекса РФ гражданское законодательство регулирует отношения между лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность, или с их участием, исходя из того, что предпринимательской является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг.

Отличительным моментом объявления, не связанного с предпринимательской деятельностью, от объявления, связанного с осуществлением предпринимательской деятельности, является именно нецелое наименование информации. Отсутствие связи с основной коммерческой деятельностью лица - основное отличие частных объявлений от рекламы. Например, объявление организации о приеме на работу, содержащее наименование работодателя, вид деятельности и

характеристику предлагаемой вакансии, требования к кандидатам, не связано с коммерцией и реализацией товаров, идей и начинаний, в связи с чем, к информации рекламного характера не относится.

Как следует из информации, размещенной в сети интернет (<https://ru.wikipedia.org>), «Синий Кит» - российская городская легенда о существовании в социальных сетях некой игры, в которую играют дети и подростки и финальной целью которой является совершение самоубийства. Информация о существовании такой игры была опубликована в «Новой газете» 16 мая 2016 года Галиной Муршалиевой, широко растиражирована СМИ и стала причиной моральной паники среди населения России. Факт существования данной игры не подтвержден до сих пор.

Таким образом, в спорной информации отсутствует какой-либо объект рекламирования, связанный с осуществлением предпринимательской деятельности.

Согласно п.6 ч.2 ст.2 Закона о рекламе настоящей Федеральный закон не распространяется на объявления физических лиц или юридических лиц, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности.

Вместе с тем, согласно п.5 ст.2 Федерального закона от 29.12.2010 №436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (далее - Закон о защите детей) 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.

Согласно п.1 ч.2 ст.5 Закона о защите детей к информации, запрещенной для распространения среди детей, относится информация, побуждающая детей к совершению действий, представляющих угрозу их жизни и (или) здоровью, в том числе к причинению вреда своему здоровью, самоубийству, либо жизни и (или) здоровью иных лиц, либо направленная на склонение или иное вовлечение детей в совершение таких действий.

Федеральный государственный контроль (надзор) за соблюдением законодательства Российской Федерации о защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и (или) развитию, осуществляется федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим федеральный государственный контроль (надзор) в области защиты прав потребителей, и федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по контролю и надзору в сфере образования и науки (далее - органы федерального государственного надзора), в пределах компетенции указанных органов (ч.1 ст.20 Закона о защите детей).

Нарушение установленных требований распространения среди детей информацией продукции, содержащей информацию, причиняющую вред их здоровью и (или) развитию (за исключением случаев, предусмотренных статьями 6.20, 6.21, частью 3 статьи 13.15, частью 2 статьи 13.21 и статьей 13.36 настоящего Кодекса), если это действие не содержит уголовно наказуемого деяния, образует событие административного правонарушения, предусмотренного ч.1 ст.6.17 КоАП РФ.

Протоколы об административных правонарушениях, предусмотренных статьей 6.17 КоАП РФ вправе составлять должностные лица федерального органа исполнительной власти, осуществляющего государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и (или) развитию (п.96 ч.2 ст.28.3 КоАП РФ).

Согласно пп.5.1.1.6 п.5 Положения о Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, утв. Постановлением Правительства РФ от 16.03.2009 №228 «О Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций» 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, информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»), в части указания в сопроводительных документах на информационную продукцию потребителей, 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, как в образовательном процессе, так и при предоставлении образовательными и научными организациями доступа к информационно-телекоммуникационным сетям, в том числе информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»).

В соответствии с ч.4 ст.8 Федерального закона от 02.05.2006 №59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации», Свердловское УФАС России направляет в Ваш адрес заявление для его рассмотрения в пределах компетенции.

Приложение: заявление на 4 л. в 1 экз.

Руководитель управления

Д.В. Шалабодов

Ирина Владимировна Старикова
(843) 377-00-96
tob6-stanikova@fas.gov.ru