УТВЕРЖДАЮ

 Кировский городской прокурор

 старший советник юстиции

 И.Б. Крушинский

**О рекламе зрелищных мероприятий**

Федеральная антимонопольная служба Российской Федерации (ФАС России) в письме от 20.06.2019 № ДФ/52056/19 «По вопросу применения части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» к рекламе зрелищных мероприятий» разъяснила, какие мероприятия относятся к зрелищным, и предостерегла об ответственности за нарушение размещения рекламы информационной продукции, не соответствующей требованиям федерального законодательства.

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. При этом указанный в данном понятии перечень мероприятий, относящихся к зрелищным мероприятиям, не является исчерпывающим.
Отнесение информации к рекламе зрелищных мероприятий осуществляется в каждом конкретном случае, исходя из содержания такой информации и всех обстоятельств ее размещения.

При возникновении сомнений в части отнесения информационной продукции к той или иной возрастной категории территориальным органам ФАС России рекомендуется обращаться с указанным вопросом в Роскомнадзор.

Ответственность за нарушение размещения 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, несет рекламораспространитель.