

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания по делу
об административном правонарушении № 4-14.3-46/77-16
«12» февраля 2016 года г. Москва

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной
службы по г. Москве (далее – Московское УФАС России) ..., рассмотрев протокол
от

08.02.2016 и материалы дела об административном правонарушении № 4-14.3-
46/77-

16, возбужденного в отношении должностного лица ЗАО «Конде Наст» — ..., в связи
с нарушением части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ
«О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившимся в распространении ЗАО
«Конде

Наст» рекламы «Вечеринка для любителей сериалов», размещаемой в журналах
«TATLER» май 2015 года, а также рекламы «Неделя модных сериалов в универмаге
«Цветной» и «грандиозная вечеринка для любителей сериалов 14 мая»,
размещаемой

в журнале «VOGUE РОССИЯ (VOG РОССИЯ)» май 2015 без указания категории
данной информационной продукции, ответственность за которое предусмотрена
частью

1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных
правонарушениях

(далее — КоАП РФ), в присутствии <....> ,

УСТАНОВИЛ:

<....>.

Решением Комиссии Московского УФАС России по делу № 3-16-179/77-15 от
17.12.2015 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о
рекламе в

действиях ЗАО «Конде Наст» при распространении рекламы «Вечеринка для
любителей

сериалов», размещаемой в журналах «TATLER» май 2015 года, а также рекламы
«Неделя модных сериалов в универмаге «Цветной» и «грандиозная вечеринка для
любителей сериалов 14 мая», размещаемой в журнале «VOGUE РОССИЯ (VOG
РОССИЯ)» май 2015 установлено нарушение части 10.1 статьи 5 Федерального
закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе),
выразившееся в размещении рекламы информационной продукции, подлежащей
классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29
декабря

2010 года № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их
здоровью и развитию» (далее — Закон о защите детей от информации), без
указания

категории данной информационной продукции.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, объектом

1

рекламирования является товар, средство 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.

В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе, товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи,

обмена или иного введения в оборот.

Макет на странице 93 журнала «TATLER» № 5 за май 2015 года содержал следующие сведения: «1-14 мая неделя модных сериалов в универмаге «ЦВЕТНОЙ» 1-й этаж», «GLAMOUR is coming...», «14 МАЯ грандиозная вечеринка для любителей сериалов закрытие недели шопинга в универмаге «ЦВЕТНОЙ Москва, Цветной бульвар, 15, стр. 1, www.tsvetnoy.com», «REDD`S Modemoiselle #отмечательно», «Новые сезоны любимых сериалов на 1-м этаже универмага «ЦВЕТНОЙ», шопинг в стиле любимых героев от стилистов GLAMOUR, бесплатные укладки и макияж, концерт, угощения и напитки, и другие маленькие радости от REDD`S Modemoiselle*», а также предупреждение «Чрезмерное потребление алкоголя вредит

вашему здоровью 18», пометку «реклама» и перевод использованных в рекламе иностранных слов «*Модемуазель. Is coming - наступает».

Макет на странице на странице 99 журнала «VOGUE РОССИЯ (ВОГ РОССИЯ)» за май 2015 года содержал следующие сведения: «1-14 мая неделя модных

сериалов в универмаге «ЦВЕТНОЙ» 1-й этаж», «GLAMOUR is coming...», «14 МАЯ грандиозная вечеринка для любителей сериалов закрытие недели шопинга в универмаге «ЦВЕТНОЙ Москва, Цветной бульвар, 15, стр. 1, www.tsvetnoy.com», «REDD`S Modemoiselle #отмечательно», «Новые сезоны любимых сериалов на 1-м этаже универмага «ЦВЕТНОЙ», шопинг в стиле любимых героев от стилистов GLAMOUR, бесплатные укладки и макияж, концерт, угощения и напитки, и другие маленькие радости от REDD`S Modemoiselle*», а также предупреждение «Чрезмерное

потребление алкоголя вредит вашему здоровью 18», пометку «реклама» и перевод использованных в рекламе иностранных слов «*Модемуазель. Is coming - наступает».

Исходя из содержания, целью размещения указанных сведений является привлечение

внимания потребителей к мероприятию, проходящему с 1 по 14 мая 2015 года в универмаге «Цветной».

Также в качестве дополнительного объекта рекламирования в рассматриваемой рекламе усматривается печатное издание «GLAMOUR».

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность для

неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или

лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Журнал «TATLER» зарегистрирован в качестве печатного средства массовой

информации (свидетельство ПИ № ФС77-33915), территорией распространения которого является вся территория Российской Федерации и зарубежные страны. Журнал «VOGUE РОССИЯ (ВОГ РОССИЯ)» зарегистрирован в качестве печатного средства массовой информации (свидетельство № 017803 от 26.06.1998), территорией

2

распространения которого является вся территория Российской Федерации и зарубежные страны.

Таким образом, установлено, что журналы «TATLER», «VOGUE РОССИЯ (ВОГ РОССИЯ)» являются общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по территории распространения и кругу лиц-потребителей рекламы не установлено.

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация содержит объекты рекламирования, распространялась неопределенному кругу лиц и, исходя из содержания, направлена на привлечение внимания потребителей к объектам рекламирования, а следовательно, является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3

Закона о рекламе.

ЗАО «Конде Наст» факт того, что рассматриваемые объявления являются рекламой, не оспаривается.

Согласно части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе, не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с

требованиями Закона о защите детей от информации, без указания категории данной информационной продукции.

Согласно пункту 5 статьи 2 Закона о защите детей от информации, информационной продукцией является 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.

В соответствии с частью 1 статьи 1263 Гражданского кодекса Российской Федерации, аудиовизуальным произведением является произведение, состоящее из

зафиксированной серии связанных между собой изображений (с сопровождением или

без сопровождения звуком) и предназначенное для зрительного и слухового (в случае

сопровождения звуком) восприятия с помощью соответствующих технических устройств. Аудиовизуальные произведения включают кинематографические произведения, а также все произведения, выраженные средствами, аналогичными кинематографическим (теле- и видеофильмы и другие подобные произведения), независимо от способа их первоначальной или последующей фиксации.

Таким образом, исходя из того, что сериалы являются по своей природе телевизионными фильмами, объект рекламирования подпадает под определение аудиовизуальной продукции по смыслу статьи 1263 Гражданского кодекса

Российской Федерации.

Российской

Федерации, а следовательно, информационной продукции по смыслу пункта 5 статьи 2

Закона о защите детей от информации.

В соответствии со статьей 2 Закон Российской Федерации от 27.12.1991

№ 2124-1 «О средствах массовой информации» (далее — Закон о средствах массовой

информации), под средством массовой информации понимается периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием); под периодическим печатным изданием понимается газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, имеющее постоянное наименование (название), текущий номер и выходящее в свет не реже одного раза в

3

год.

В соответствии со свидетельством о регистрации средства массовой информации, журнал «GLAMOUR» зарегистрирован в качестве печатного средства массовой информации (свидетельство о регистрации в качестве средства массовой

информации ПИ № ФС77-35624). Таким образом, журнал «GLAMOUR» относится к продукции средств массовой информации, а следовательно, данный объект подпадает

под понятие информационной продукции, установленное пунктом 5 статьи 2 Закона о

защите детей от информации.

Согласно статье 16 Закона о рекламе, размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой «реклама» или

пометкой «на правах рекламы».

Как установлено ранее, макеты рассматриваемой рекламы содержали пометку «реклама», а следовательно положение статьи 16 Закона о рекламе соблюдены в полном

объеме. Между тем, установлено, что в рассматриваемой рекламе, размещенной на

странице 93 журнала «TATLER» № 5 за май 2015 года, а также на странице 99 журнала «VOGUE РОССИЯ (ВОГ РОССИЯ)» за май 2015 года указание на категорию информационной продукции данного объекта отсутствует, что свидетельствует о несоблюдении требований части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

ЗАО «Конде Наст» факт того, что на рассматриваемой рекламе должно присутствовать указание на категорию информационной продукции, не оспаривается.

Отсутствие такого указания Общество объяснило технической ошибкой исполнителя.

Установлено, что размещение спорной рекламы осуществлялось на странице 93 журнала «TATLER» № 5 за май 2015 года, а также на странице 99 журнала «VOGUE РОССИЯ (ВОГ РОССИЯ)» за май 2015 учредителем и издателем журналов «TATLER», «VOGUE РОССИЯ (ВОГ РОССИЯ)» является ЗАО «Конде Наст», что подтверждается копией свидетельств о регистрации средства массовой

информации,

представленной в материалах дела, а также выходными данными журналов.

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является лицо осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой

форме и с использованием любых средств.

Рекламодателем является лицо, осуществляющее фактическое доведение содержания объекта рекламирования до сведения потребителей.

На основании изложенного и принимая во внимание вышеизложенные обстоятельства распространения рассматриваемой рекламы,

рекламодателем спорной рекламы является ЗАО «Конде Наст».

Согласно части 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных частью 10.1 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Таким образом, в действиях ЗАО «Конде Наст» при распространении рекламы «Неделя модных сериалов в универмаге «Цветной» на странице 93 журнала «TATLER» № 5 за май 2015 года, а также на странице 99 журнала «VOGUE РОССИЯ (ВОГ РОССИЯ)» за май 2015 установлен факт нарушения части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

Местом совершения административного правонарушения является территория

4 распространения журналов «VOGUE РОССИЯ (ВОГ РОССИЯ)», «TATLER», в том числе город Москва.

Время совершения административного правонарушения — 16.04.2015 (дата выхода в свет журнала «VOGUE РОССИЯ (ВОГ РОССИЯ)» май 2015).

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ, административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое КоАП РФ или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

В соответствии со статьей 2.4 КоАП РФ, административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих

служебных обязанностей.

Совершившие административные правонарушения в связи с выполнением организационно-распорядительных или административно-хозяйственных функций руководители и другие работники организаций несут административную ответственность как должностные лица.

В соответствии с документами, представленными ЗАО «Конде Наст» в адрес Московского УФАС России, <....> является лицом, ответственным за распространение

ЗАО «Конде Наст» рекламы «Неделя модных сериалов в универмаге «Цветной» на странице 93 журнала «TATLER» № 5 за май 2015 года, а также на странице 99 журнала «VOGUE РОССИЯ (ВОГ РОССИЯ)» за май 2015 с нарушением части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

На основании изложенного, установлено нарушение <....> требований части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

Вина <....> состоит в ненадлежащем исполнении своих служебных обязанностей, а именно непринятии всех зависящих от него мер по соблюдению требований

законодательства

при распространении рекламы «Неделя модных сериалов в универмаге «Цветной» на

странице 93 журнала «TATLER» № 5 за май 2015 года, а также на странице 99 журнала «VOGUE РОССИЯ (VOG РОССИЯ)» за май 2015 с нарушением части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе. Должностным лицом Московского УФАС России не установлено объективных обстоятельств, делающих невозможным соблюдение указанных требований.

<....> данный факт не оспаривается, свою вину признает, что подтверждается пояснениями, изложенными лицом, привлекаемым к административной ответственности в рамках составления протокола об административном правонарушении.

Ответственность за невыполнение требований установленных частью 10.1 статьи 5 Закона о рекламе, предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с частью 3 статьи 4.1 КоАП РФ, при назначении административного наказания юридическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, имущественное и финансовое

положение юридического лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Должностным лицом Московского УФАС России не установлено

5

обстоятельств, отягчающих административную ответственность, а также обстоятельств, смягчающих административную ответственность <....>

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства Российской Федерации о рекламе влечет наложение административного штрафа на

граждан — от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц — от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; юридических лиц — от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Таким образом штраф, подлежащий взысканию составляет 4 000 рублей.

Руководствуясь статьями 33, 38 Закона о рекламе, статьями 4.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать <....> виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

2. За нарушение части 1 статьи 14.3 КоАП РФ, назначить должностному лицу <....> административное наказание в виде административного штрафа в размере 4 000

(четыре тысячи) рублей.

Согласно части 1 статьи 32.2 КоАП РФ, административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки

или срока рассрочки, предусмотренных ст. 31.5 КоАП РФ.

В соответствии с частью 5 статьи 32.2 КоАП РФ, при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, и информации об

уплате

административного штрафа в Государственной информационной системе о государственных и муниципальных платежах, по истечении срока, указанного в ч. 1 настоящей статьи, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, направляют в течение десяти суток постановление о наложении

административного

штрафа с отметкой о его неуплате судебному приставу-исполнителю для исполнения

в порядке, предусмотренном федеральным законодательством.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5 КоАП РФ, сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме.

Суммы штрафов, уплаченных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, зачисляются в соответствующие бюджеты в соотношении:

- 40% в Федеральный бюджет;

- 60% в бюджет субъекта Российской Федерации, на территории которого зарегистрирован <....>, перечислением через банк, обслуживающий хозяйствующий

субъект.

Реквизиты для уплаты административных штрафов, предусмотренных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе (квитанция прилагается):

Получатель: УФК по г. Москве (для Московского УФАС России)

6

Банк получателя: Отделение 1 Москва

ИНН 7706096339

КПП 770101001

БИК 044583001

р/с 40101810800000010041

КБК 161 1 16 26000 01 6000140

ОКТМО 45375000

Назначение платежа: административный штраф по делу № 4-14.3-46/77-16.

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП РФ, неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы

неуплаченного административного штрафа.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ,

постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в установленном законом порядке в течение десяти суток со дня вручения или получения постановления.

В соответствии с пунктом 1 статьи 31.1 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

Согласно частью 1 ст. 20.25 КоАП РФ, неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа

в

двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа.

Приложение на 1 листе.