

Руководителю МКУ ЦОС

<...>

ул. Комсомольская, д. 25 А, г.
Железногорск, Красноярский
край, 662972

ул. Ленина, д. 50, кв. 26,

г. Железногорск, Красноярский
край,

662972

gig-26@mail.ru

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 024/05/5-311/2019

«12» июля 2019 года
Красноярск

г.

Резолютивная часть решение оглашена 01.07.2019.

В полном объеме решение изготовлено 12.07.2019.

Комиссия Красноярского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председатель Комиссии: заместитель руководителя управления – начальник аналитического отдела <...>, члены Комиссии: специалист – эксперт контрольного отдела <...>, специалист – эксперт контрольного отдела <...>, рассмотрев материалы дела № 024/05/5-311/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения муниципальным казенным учреждением ЗАТО Железногорск «Центр общественных связей» (ОГРН: 1092452000574, ИНН: 2452036768; 662972 Красноярский край, г. Железногорск, ул. Комсомольская, д. 25 А) (далее – МКУ ЦОС) рекламы с признаками нарушения части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный

закон «О рекламе»),

в присутствии руководителя МКУ ЦОС <...> и представителя МКУ ЦОС по доверенности <...>,

УСТАНОВИЛА:

В адрес Красноярского УФАС России поступили материалы проверки Енисейского управления Роскомнадзора (вх. № 7150 от 25.04.2019; исх. № 6037-07/24 от 12.04.2019) в отношении периодического печатного издания газеты «Город и горожане» (свидетельство о регистрации СМИ серии ПИ № ТУ 24 – 00408 от 30.05.2011) по факту распространения на 9 странице выпуска № 14 (2352) от 04.04.2019 рекламы информационной продукции – культурно-зрелищных мероприятий театра оперетты г. Железногорска, также в ходе рассмотрения обращения, сотрудниками Красноярского УФАС России выявлено распространение на 4 странице выпуска № 14 (2352) от 04.04.2019 рекламы информационной продукции, а именно электронной версии газеты «Город и горожане» – «ГиГ» (далее – Реклама) с признаками нарушения части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»).

На основании статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама – 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.

Рассматриваемая Реклама содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования. Реклама призвана формировать и поддерживать интерес к товарам и услугам, реализуемым соответствующим рекламодателем.

Согласно части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (далее – Закон о защите детей), без указания категории данной информационной продукции.

В соответствии частью 3 статьи 6 Закона о защите детей классификация информационной продукции осуществляется в соответствии с требованиями настоящего Федерального закона по следующим категориям информационной продукции:

- информационная продукция для детей, не достигших возраста шести лет;
- информационная продукция для детей, достигших возраста шести лет;

- информационная продукция для детей, достигших возраста двенадцати лет;
- информационная продукция для детей, достигших возраста шестнадцати лет;
- информационная продукция, запрещенная для детей (информационная продукция, содержащая информацию, предусмотренную частью 2 статьи 5 настоящего Федерального закона).

Также, в Письме ФАС России № АК/34774/13 от 05.09.2013 «О применении закона о рекламе в связи с вступлением в силу закона о защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» указано, что согласно статье 2 Закона о защите детей информация в сети Интернет подпадает под понятие информационной продукции. Однако возрастной классификации подлежит не любой сайт в сети Интернет, а только такой, который является сетевым изданием, то есть в силу статьи 2 Закона Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» зарегистрирован в качестве средства массовой информации.

В ходе рассмотрения обращения Красноярским УФАС России установлено, что сайт «Гиг» зарегистрирован в качестве средства массовой информации (свидетельство о регистрации СМИ серии Эл № ФС 77 – 49278 от 06.04.2012), следовательно, является сетевым изданием и подпадает под понятие информационной продукции, в связи с чем, в соответствии с частью 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» в рекламе рассматриваемой информационной продукции необходимо указание возрастной категории.

В рассматриваемой Рекламе указание категории информационной продукции в соответствии с классификацией, установленной частью 3 статьи 6 Закона о защите детей отсутствует, что является признаком нарушения требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Таким образом, Реклама содержит признаки нарушения требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», несет рекламодатель.

Согласно пункту 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В силу статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодателем рассматриваемой Рекламы является учредитель и издатель периодического печатного издания газеты «Город и горожане» – МКУ ЦОС.

По данному факту Красноярским УФАС России в отношении МКУ ЦОС 21.05.2019 было возбуждено дело 024/05/5-311/2019 по признакам нарушения требований, установленных частью 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» (далее – Дело).

Определение о возбуждении Дела (исх. № 7682 от 21.05.2019) было направлено в адрес МКУ ЦОС заказным письмом с уведомлением и вручено 30.05.2019 (почтовый

идентификатор № 80084536166962). В назначенное время на рассмотрение Дела явились руководитель МКУ ЦОС <...> и представитель МКУ ЦОС по доверенности <...>, запрошенные определением о возбуждении Дела документы и сведения представлены.

В адрес Красноярского УФАС России представлены письменные пояснения руководителя МКУ ЦОС <...>, из которых следует: «В адрес Муниципального казенного учреждения ЗАТО Железногорск «Центр общественных связей» (далее - МКУ ЦОС) поступило определение о возбуждении дела № 024/05/5-311/2019 по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе от 21 мая 2019 года. Согласно данному определению установлено, что МКУ ЦОС было допущено нарушение законодательства о рекламе, а именно в выпуске № 14 (2352) от 04 апреля 2019 года газеты «Город и Горожане» на страницах 4 и 9 была размещена реклама информационной продукции без указания категории информационной продукции.

По существу настоящего дела можем пояснить следующее.

Действительно, МКУ ЦОС допустило нарушение законодательства о рекламе в указанной части. Допущенное правонарушение предусмотрено частью 1 статьи 14.3 Кодекса об административных правонарушениях РФ (далее - «КоАП РФ»).

В то же время, МКУ ЦОС считает, что допущенное правонарушение можно считать малозначительным, а соответственно, в рамках настоящего дела подлежит применению статья 2.9. КоАП РФ.

Так, в силу статьи 2.9. КоАП РФ, при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, орган, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

Как указано в абзаце 6 Письма ФАС России от 30 сентября 2013 года № АК/38198/13 «О малозначительности в рекламе», при квалификации административного правонарушения в качестве малозначительного надлежит учитывать, что статья 2.9 КоАП не содержит оговорок о ее неприменении к каким-либо составам правонарушений, предусмотренным КоАП. Помимо прочего, применение малозначительности возможно, как при материальном, так и при формальном составе административного правонарушения (предусмотренного статьей 14.3 КоАП РФ). Данный вывод подтверждается Определением Конституционного Суда России от 5 ноября 2003 года №349-0.

Таким образом, процессуальные препятствия к применению статьи 2.9. КоАП РФ в рамках настоящего дела отсутствуют. Согласно официальной позиции ФАС России, изложенной в Письме от 30 сентября 2013 года № АК/38198/13 «О малозначительности в рекламе», а также с учетом Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 02 июня 2004 года № 10 «О некоторых вопросах, возникающих в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» и Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 24 марта 2005 года № 5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях», в случае выявления при рассмотрении дела об административном правонарушении по

факту нарушения законодательства о рекламе обстоятельств, свидетельствующих о малозначительности данного правонарушения, должностное лицо антимонопольного органа вправе вынести постановление о прекращении дела и объявлении устного замечания.

Практика оценки судебными органами постановлений о наложении штрафа, выносимых антимонопольными органами по факту распространения ненадлежащей рекламы, показывает, что суды в качестве обстоятельств, свидетельствующих об отсутствии существенной угрозы общественным отношениям и соответственно свидетельствующих о признании правонарушения малозначительным, выделяют:

1) Небольшой масштаб рекламной кампании. Тираж данного номера составил 2 700 штук. Необходимо учитывать, что население города ЗАТО Железногорск, на территории которого распространяется данное печатное издание, составляет около 93 000 человек. Соответственно, соотношении тиража и аудитории (жителей города Железногорска) свидетельствует о небольшом масштабе рекламной компании.

2) Отсутствие жалоб со стороны потребителей или организаций-конкурентов о введении их в заблуждение или о нарушении их прав рекламой. Ни в адрес МКУ ЦОС, ни в адрес какого-либо государственного органа не поступало заявлений и жалоб о нарушении МКУ ЦОС законодательства о рекламе. Более того, в отношении МКУ ЦОС никогда ранее не подавалось жалоб, связанных с нарушением деятельности в области рекламы.

3) Отсутствие ранее вынесенных постановлений о привлечении к административной ответственности за нарушения Федерального закона «О рекламе» в данной сфере (факт совершения правонарушения впервые). МКУ ЦОС ранее никогда не привлекалось к административной ответственности за нарушения законодательства «О рекламе».

4) Отсутствие пренебрежительного отношения к положениям законодательства при распространении рекламы. Об отсутствии пренебрежительного отношения к положениям законодательства о рекламе свидетельствует тот факт, что МКУ ЦОС не подвергалось привлечению к административной ответственности, ни одна из рекламных компаний не была признана неэтичной и ненадлежащей.

Отдельно обращаем внимание: МКУ ЦОС на странице 4 выпуска № 14 газеты «Город и Горожане», указав ссылку на сетевое издание (gig26.ru), допустило нарушение и не указало соответствующую категорию, но в то же время, непосредственно на стартовой странице данного сетевого издания (слева от аббревиатуры «ГиГ») расположено указание на категорию 16+. В качестве подтверждения приобщаем снимок экрана («скриншот») данной страницы.

5) Отсутствие отягчающих обстоятельств. В настоящем деле отсутствуют отягчающие обстоятельства совершенного МКУ ЦОС правонарушения. В то же время, имеют место обстоятельства, смягчающие административную ответственность, в частности раскаяние лица, совершившего административное правонарушение и добровольное прекращение противоправного поведения лицом, совершившим административное правонарушение.

6) Отсутствие в рекламе угрозы охраняемым общественным отношениям, а также отсутствие вреда, причиненного незаконной рекламой. Само по себе неуказание категорий не причинило кому-либо вреда, а также не создало угрозу охраняемым общественным отношениям.

7) Признание вины и раскаяние лица, совершившего правонарушение. МКУ ЦОС прямо и открыто заявило о признании вины и полном раскаянии, в том числе посредством настоящих пояснений. Обращаем внимание, что данное обращение не имеет своей целью противостояние и оспаривание действий и решений Управления Федеральной антимонопольной службы Красноярского края, оно направлено на принятие справедливого решения с учетом всех обстоятельств дела.

8) Принятие мер по недопущению аналогичных нарушений в будущем. МКУ ЦОС незамедлительно после получения Определения о возбуждении административного дела приняло необходимые меры и в последующих выпусках газеты «Город и Горожане» требования об указании категорий выполнены в полном объеме. В подтверждение данных обстоятельств к настоящим пояснениям приобщаются копии страниц выпуска газеты.

Таким образом, с учетом всех обстоятельств, полагаем, что допущенное нарушение МКУ ЦОС может быть отнесено к категории малозначительных с применением всех правовых последствий».

В ходе рассмотрения Дела Комиссией Красноярского УФАС России принято решение об отложении рассмотрения Дела и продлении срока его рассмотрения в связи с необходимостью получения дополнительных доказательств.

Определение об отложении рассмотрения Дела и продлении срока его рассмотрения (исх. № 9297 от 17.06.2019) было направлено в адрес МКУ ЦОС заказным письмом с уведомлением и вручено 26.06.2019 (почтовый идентификатор № 80084537210190). В назначенное время на рассмотрение Дела явились руководитель МКУ ЦОС <...> и представитель МКУ ЦОС <...>.

В адрес Красноярского УФАС России поступили дополнительные пояснения МКУ ЦОС по делу № 024/05/5-311/2019, согласно которым сообщается следующее: «01 июля 2019 года в УФАС по Красноярскому краю состоялось рассмотрение административного дела № 024/05/5-311/2019 по признакам нарушения МКУ ЦОС законодательства РФ о рекламе от 21 мая 2019 года, а именно: в выпуске « 14 (2352) от 4 апреля 2019 года газеты «Город и горожане на страницах 4 и 9 была размещена реклама без указания категории информационной продукции.

Дополнительно считаем необходимым пояснить следующее.

15 декабря 2017 года между Администрацией ЗАТО Железногорск и <...> был заключен срочный трудовой договор № 18. Затем, распоряжением Администрации ЗАТО город Железногорск № 142 р-к от 21 декабря 2017 года <...> назначена на должность руководителя МКУ ЦОС.

В силу пункта 7 указанного Трудового договора, <...> самостоятельно осуществляет руководство деятельностью учреждения. Согласно подпунктам «а», «с» пункта 9 того же Договора, руководитель МКУ ЦОС обязан соблюдать при

исполнении своих обязанностей требования законодательства и обеспечивать выполнения требований нормативно – правовых актов.

Таким образом, <...>, как руководитель МКУ ЦОС обязана обеспечивать исполнение МКУ «ЦОС» (и его сотрудниками) требований законодательства, в том числе законодательства о рекламе.

В силу статьи 2.4 Кодекса об административных правонарушениях РФ, административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

В рамках рассмотрения дела № 024/05/5-311/2019 1 июля 2019 года <...> пояснила, что допустила нарушение законодательства о рекламе и как руководитель МКУ ЦОС готова понести ответственность в качестве должностного лица.

В подтверждение указанных обстоятельств, к настоящим пояснениям приобщаются материалы, указанные в приложении».

В ходе рассмотрения Дела Комиссия Красноярского УФАС России установила следующие обстоятельства.

В адрес Красноярского УФАС России поступили материалы проверки Енисейского управления Роскомнадзора (вх. № 7150 от 25.04.2019; исх. № 6037-07/24 от 12.04.2019) в отношении периодического печатного издания газеты «Город и горожане» по факту распространения на 9 странице выпуска № 14 (2352) от 04.04.2019, рекламы информационной продукции, содержащей признаки нарушения требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе». Кроме того, также сотрудниками Красноярского УФАС России выявлено распространение на 4 странице данного выпуска рекламы информационной продукции, также содержащей признаки нарушения требований, установленных частью 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно определению рекламы, указанному в статье 3 Федерального закона «О рекламе» реклама – 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.

Так, согласно статье 3 Федерального закона «О рекламе», признаками, позволяющими отличить рекламу от информации не рекламного характера, являются: распространение любым способом, в любой форме; направленность на неопределенный круг лиц с целью привлечения внимания к объекту рекламирования, формирования или поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.

Рассматриваемая Реклама обладает всеми необходимыми юридическими признаками рекламы, позволяющими определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования.

В соответствии с частью 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Закона о защите детей, без указания категории данной информационной продукции.

Согласно части 3 статьи 6 Закона о защите детей классификация информационной продукции осуществляется в соответствии с требованиями настоящего Федерального закона по следующим категориям информационной продукции:

- информационная продукция для детей, не достигших возраста шести лет;
- информационная продукция для детей, достигших возраста шести лет;
- информационная продукция для детей, достигших возраста двенадцати лет;
- информационная продукция для детей, достигших возраста шестнадцати лет;
- информационная продукция, запрещенная для детей (информационная продукция, содержащая информацию, предусмотренную частью 2 статьи 5 настоящего Федерального закона).

Реклама распространялась на 9 и 4 страницах выпуска № 14 (2352) от 04.04.2019 периодического печатного издания газеты «Город и горожане» без знака информационной продукции, предусмотренного частью 3 статьи 6 Закона о защите детей, что является недопустимым согласно требованиям, установленным частью 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Красноярским УФАС России было установлено, что рекламораспространителем рассматриваемой Рекламы в силу статьи 3 Федерального закона «О рекламе» является учредитель периодического печатного издания «Город и горожане» – МКУ ЦОС.

На основании вышеизложенного Комиссия Красноярского УФАС России пришла к выводу о том, что Реклама, распространяемая МКУ ЦОС нарушает требования, установленные частью 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно представленным МКУ ЦОС сведениям следует, что на основании Устава МКУ ЦОС от 05.12.2008г № 1921П ответственность за соблюдение требований Федерального закона «О рекламе» при производстве и размещении рекламно-информационных материалов возложена на руководителя МКУ ЦОС (далее – руководитель МКУ ЦОС).

На момент рассмотрения Дела Комиссия Красноярского УФАС России обладала информацией, подтверждающей тот факт, что нарушение требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» МКУ ЦОС устранено.

На основании изложенного, руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 30, 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей Рекламу, распространенную МКУ ЦОС, поскольку она нарушает требования, установленные частью 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. В связи с устранением МКУ ЦОС нарушения требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не выдавать МКУ ЦОС предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Красноярского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 КоАП РФ.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>