

УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ

ПО ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

625048, г. Тюмень, ул. Холодильная, 58а тел. 50-31-55

ПО С Т А Н О В Л Е Н И Е

о назначении административного наказания

по делу №072/04/14.3-496/2023

об административном правонарушении

25.10.2023 г. г. Тюмень

Заместитель руководителя – начальник отдела контроля за соблюдением законодательства Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области <...>, рассмотрев материалы дела №072/04/14.3-496/2023, возбужденного в отношении АНО ТРК «Тюменское время» (адрес местонахождения: 625035, г.Тюмень, пр-д Геологоразведчиков, д.28А, ОГРН 1027200828918, ИНН 7203129309, КПП 720301001, дата регистрации: 27.11.2002г.) по признакам административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ), в присутствии представителя (защитника) АНО ТРК «Тюменское время» - <...> (доверенность №19-Д/23 от 13.09.2023г.), которому права лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, закрепленные 25.1, 25.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ, Кодекс), статья 51 Конституции Российской Федерации разъяснены,

У С Т А Н О В И Л:

Решением Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе от 06.06.2023 г. по делу №072/05/14-175/2023 видеосюжет, под условным наименованием «Партнер программы «День за днем» магазин верхней одежды «МЕХ&Ко» в записи программы «День за Днем» от 24.01.2023 г. размещённый в социальной сети «ВКонтакте», признан ненадлежащим и нарушающим требования части 16 статьи 18.1 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Решением Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе от 06.06.2023 г. по делу №072/05/14-179/2023 рекламные сюжеты под наименованиями «Деловой партнер программы «День за

днем» выставка-продажа ИП Михайловой» и «Многопрофильный медицинский центр «Кардиологика» в составе видеозаписи программы «День за Днем» от 11.01.2023 г., размещённой на видеохостинге «YouTube», признаны ненадлежащими и нарушающими требования части 16 статьи 18.1 и части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Решением Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе от 06.06.2023 г. по делу №072/05/14-180/2023 рекламы под условными наименованиями: «Партнер программы «День за днем» магазин верхней одежды «МЕХ&Ко» и «Деловой партнер программы выставки-продажи шуб «Меха-Вятки» в составе видеозаписи программы «День за Днем» от 20.01.2023 г. размещённой в социальной сети «ВКонтакте», признаны ненадлежащими и нарушающими требования части 16 статьи 18.1 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Исследовав материал административного дела, установлено следующее.

Согласно статье 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Закон «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; объект рекламирования - товар, средства 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.

Исходя из указанного определения, можно выделить основные признаки понятия «реклама», которые призваны отграничить рекламу от информации нерекламного характера:

- реклама, это информация. Содержание информации составляют сведения о товаре, услуге, их свойствах; лице - изготовителе, продавце, а также их координатах, реквизитах, средствах индивидуализации и видах деятельности, а также иных объектах, в продвижении которых заинтересован участник рекламного рынка;
- реклама является публичной информацией. Это означает, что она адресована неограниченному количеству лиц, то есть заранее определить количество лиц, которые могут увидеть такую информацию, невозможно;
- рекламе свойственно распространение, то есть совершение в отношении информации любых действий, направленных на то, чтоб она стала доступной потребителям;
- реклама может распространяться в любой форме (которая разрешима для рекламы конкретного товара Законом). Формой распространения рекламы является ее конкретное существование во внешнем, окружающем мире, ее доступное органам ощущения проявление;

- закон упоминает о средствах распространения рекламы. Под ними понимаются разнообразные приспособления, устройства, приборы и процессы, с помощью которых происходит передача информации. Это телевидение, печатные издания, Интернет, аудио- и видеопродукция, телефонная, факсимильная связь, наружные конструкции, автотранспортные средства, почтовые отправления и иные средства, которые по своей природе и техническим характеристикам возможно использовать для распространения рекламы.

Цель рекламы - привлечь внимание к объекту рекламирования и формировать или поддерживать интерес к нему, а также способствовать его продвижению на рынке. Привлечение внимания представляет собой процесс обращения органов восприятия потребителя непосредственно на прием информации о товаре (с помощью яркости, красочности, звукового оформления, неординарности дизайна или текста). Формирование (поддержание) интереса - целенаправленное действие, которое порождает (делает устойчивым) у потребителя ощущение необходимости рекламируемого товара, побуждает его приобрести объект рекламирования. Продвижение товара - это эффект, которого старается добиться рекламодатель, выражающийся в образовании высокого спроса на товар и больших объемов продаж. Наличие у рекламной информации указанных целей (а также остальных признаков одновременно) является необходимым для признания рекламы таковой.

Сюжет под наименованием: «Партнер программы «День за днем» магазин верхней одежды «МЕХ&Ко» начинается с объявления диктора о партнере программы «партнер программы «День за днем» после чего транслируется видеоролик о магазине одежды «МЕХ&Ко». Отметок «реклама» в видеозаписи не имеется.

По своему содержанию сюжет под наименованием «Партнер программы «День за днем» магазин верхней одежды «МЕХ&Ко» раскрывает информацию о реализуемых им товарах, его месте расположения и преимуществах, по характеру распространения адресован неопределенному кругу лиц, направлен на привлечение внимания, формирование или поддержание интереса к объекту рекламирования, способствует продвижению его на рынке, то есть обладает всеми признаками рекламы.

Таким образом, рассматриваемый сюжет является рекламой, где объектом рекламирования выступает магазин верхней одежды «МЕХ&Ко».

Сюжет под наименованием: «Деловой партнер программы «День за днем» выставка-продажа ИП Михайловой» начинается с объявления диктора о партнере программы «партнер программы «День за днем» после чего транслируется видеоролик выставка-продажа ИП Михайловой. Отметок «реклама» в видеозаписи программы не имеется.

По своему содержанию сюжет под наименованием «Деловой партнер программы «День за днем» выставка-продажа ИП Михайловой» раскрывает информацию о реализуемых им товарах, его месте расположения и преимуществах, по характеру распространения адресован неопределенному кругу лиц, направлен на привлечение внимания, формирование или поддержание интереса к объекту рекламирования, способствует продвижению его на рынке, то есть обладает всеми признаками рекламы.

Таким образом, рассматриваемый сюжет является рекламой, где объектом рекламирования выступает «выставка-продажа ИП Михайловой».

Сюжет под условным наименованием «Многопрофильный медицинский центр «Кардиологика» по своему содержанию раскрывает информацию о потребительских качествах и свойствах предлагаемых услуг, по характеру распространения адресован неопределенному кругу лиц, направлен на привлечение внимания и выделения среди однородных услуг и оказывающих их лиц, и формирует интерес к определенному медицинскому центру. В тексте данного сюжета корреспондентами неоднократно упоминается наименование медицинского центра, при этом информации об иных клиниках осуществляющих аналогичную деятельность в самом сюжете не упоминаются вообще.

Таким образом, рассматриваемый сюжет является рекламой, где объектом рекламирования выступает «Многопрофильный медицинский центр «Кардиологика» и оказываемые им медицинские услуги.

Сюжеты под наименованиями: «Партнер программы «День за днем» магазина верхней одежды «МЕХ&Ко» и «Деловой партнер программы выставки-продажи шуб «Меха-Вятки» в записи программы «День за Днем» от 20.01.2023 г. начинаются с объявления диктора о партнере программы после чего транслируются видеоролики о магазинах одежды. Отметок «реклама» в видеозаписях не имеется.

По своему содержанию обозначенные сюжеты раскрывают информацию о реализуемых товарах, месте расположения продавца и преимуществах, по характеру распространения адресованы неопределенному кругу лиц, направлены на привлечение внимания, формирование или поддержание интереса к объекту рекламирования, способствуют продвижению торговых точек на рынке, то есть обладают всеми признаками рекламы.

Таким образом, материалами установлено, что рассматриваемые сюжеты являются рекламой, где объектами рекламирования выступают магазин верхней одежды «МЕХ&Ко», Многопрофильный медицинский центр «Кардиологика», выставка-продажа ИП Михайловой и выставка-продажа шуб «Меха-Вятки».

Согласно части 16 статьи 18.1 Закона о рекламе, реклама, распространяемая в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", за исключением рекламы, размещенной в телепрограммах и телепередачах, радиопрограммах и радиопередачах, распространяемых в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", должна содержать пометку "реклама", а также указание на рекламодателя такой рекламы и (или) сайт, страницу сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", содержащие информацию о рекламодателе такой рекламы.

Видеозапись, содержащая рекламу, следующего содержания: «Партнер программы «День за днем» магазин верхней одежды «МЕХ&Ко» в записи программы «День за Днем» от 24.01.2023 г. размещена в социальной сети «ВКонтакте» без указания сведений о том, что сюжет является рекламой.

Видеозапись под наименованием: «Деловой партнер программы «День за днем» выставка-продажа ИП Михайловой» и «Многопрофильный медицинский центр «Кардиологика» в записи программы «День за Днем» от 11.01.2023 г. размещена на

видеохостинге «YouTube» без указания сведений о том, что сюжеты являются рекламой.

Видеозапись, содержащая рекламы под условными наименованиями: «Партнер программы «День за днем» магазин верхней одежды «МЕХ&Ко» и «Деловой партнер программы выставки-продажи шуб «Меха-Вятки» в записи программы «День за Днем» от 20.01.2023 г. размещена в социальной сети «ВКонтакте» без указания сведений о том, что сюжеты является рекламой.

Любая видеозапись, имеющая в себе рекламную информацию, размещенная в телекоммуникационной сети «Интернет», должна соответствовать специальным требованиям, установленным частью 16 статьи 18.1 Закона о рекламе, которые являются императивными.

Учитывая, что вышеупомянутые рекламные сюжеты не имеют отметки «реклама», следовательно, в них нарушены требования части 16 статьи 18.1 Закона о рекламе.

Согласно части 7 статьи 24 Закона о рекламе, реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства). Требования настоящей части не распространяются на рекламу, распространяемую в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях, и на иную рекламу, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники.

Предупреждение о наличии противопоказаний к применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получению консультации специалистов должно содержаться в любой рекламе любых медицинских услуг, вне зависимости от уровня подготовки специалистов, оказывающих данный вид услуг, и фактического проведения консультаций перед проведением той и или иной медицинской процедуры.

В пункте 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» разъяснено, что рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако, при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности, о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

Согласно части 4 статьи 2 Закона о рекламе, специальные требования и

ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

В рекламном сюжете о деятельности Многопрофильного медицинского центра «Кардиологика», рассказывается о видах оказываемой им медицинской помощи и видах предоставляемых медицинских услуг, а также способах диагностики. Однако, предупреждения о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов в данном сюжете отсутствует. Следовательно, в нем нарушены требования части 7 статьи 24 Закона о рекламе.

В силу части 4 статьи 38 Закона о рекламе нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем, рекламораспространителем законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях

В соответствии с частью 6 и 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение части 7 статьи 24 Закона о рекламе несет как рекламодаделец, так и рекламораспространитель.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение части 16 статьи 18.1 Закона о рекламе несет рекламораспространитель.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодаделец - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Материалами дела установлено, что рекламораспространителем является Автономная некоммерческая организация «Телерадиокомпания «Тюменское время» (АНО «ТРК «Тюменское время») (адрес места нахождения: 625035, г. Тюмень, ул. Геологоразведчиков, д. 28 «а», ИНН 7203129309, ОГРН 1027200828918), следовательно, общество несет ответственность за нарушение требований части 16 статьи 18.1 Закона о рекламе.

А кроме того, учитывая, что содержание сюжета было определено АНО «ТРК «Тюменское время», следовательно, именно общество является рекламодателем и несет ответственность за нарушение части 7 статьи 24 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ), нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем

законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2-4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса – влечет наложение административного штрафа.

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

Юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых КоАП РФ или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению (ч.2 ст.2.1 КоАП РФ).

Объектом правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, являются общественные отношения в области рекламы, а также регламентированный порядок осуществления предпринимательской деятельности.

Объективную сторону состава административного правонарушения образует распространение рекламы с нарушением требований законодательства о рекламе, а именно: требований части 16 статьи 18.1 и части 7 статьи 24 Закона о рекламе.

Правонарушение, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, представляет существенную угрозу охраняемым общественным отношениям пренебрежительным отношением лица к исполнению своих публично-правовых обязанностей, к требованиям, предусмотренным Законом о рекламе, что посягает на установленный порядок в области распространения рекламы.

Часть 1 статьи 14.3 КоАП РФ предусматривает наступление административной ответственности вне зависимости от наличия/отсутствия отрицательных последствий распространения ненадлежащей рекламы.

Субъектом административного правонарушения по делу № 072/04/14.3-496/2023 выступает – АНО ТРК «Тюменское время» (адрес местонахождения: 625035, г.Тюмень, пр-д Геологоразведчиков, д.28А, ОГРН 1027200828918, ИНН 7203129309, КПП 720301001, дата регистрации: 27.11.2002г.).

На рассмотрении дела представитель АНО ТРК «Тюменское время» с событие правонарушения признал, вместе с тем заявил ходатайство о прекращении производства по делу в отношении АНО ТРК «Тюменское время» и привлечении к ответственности должностного лица организации – руководителя отдела продаж <...>, поскольку согласно должностной инструкции ее обязанностью является согласование решения о том, когда, в какой форме, каким хрометражем выйдет та или иная реклама, путем подписания заявок на размещение рекламы, которые подают менеджеры активных продаж.

Рассмотрев ходатайство АНО ТРК «Тюменское время», должностное лицо пришло к

выводу, что оно не подлежит удовлетворению, поскольку доказательств вины должностного лица- руководителя отдела продаж <...>. в материалы дела не представлены. Согласно пункту 2.10 Должностной инструкции, руководитель отдела продаж контролирует соответствие рекламной информации, размещающейся в эфире, всем нормативным актам и ФЗ о рекламе РФ. Вместе с тем, рассматриваемая реклама была размещена не в эфире, а в интернете. Таким образом, доказательства вины <...> в материалах дела отсутствуют.

Вина АНО ТРК «Тюменское время» состоит в том, что оно не выполнило установленных Законом о рекламе требований и не предприняло всех зависящих от него мер по их соблюдению.

Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение установленных законом требований, при рассмотрении дела не установлены.

Таким образом, АНО ТРК «Тюменское время», распространяя вышеуказанную рекламу с нарушением рекламного законодательства, совершило административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Место совершения административного правонарушения – город Тюмень.

Время совершения административного правонарушения, установленное материалами дел № 072/05/14-175/2023, №072/05/14-179/2023, №072/05/14-180/2023 – 24.01.2023, 11.01.2023, 20.01.2023г.

Дело об административном правонарушении № 072/04/14.3-496/2023 в соответствии с частью 3 статьи 4.1 КоАП РФ рассматривалось с учетом характера, совершенного АНО ТРК «Тюменское время» административного правонарушения, обстоятельств, смягчающих и отягчающих административную ответственность.

Обстоятельств, свидетельствующих о малозначительности совершенного правонарушения, при рассмотрении дела не установлено.

Пунктом 18 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникающих в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» предусмотрено, что малозначительность имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям. Такие обстоятельства, как, например, личность и имущественное положение привлекаемого к ответственности лица, добровольное устранение последствий правонарушения, возмещение причиненного ущерба, не являются обстоятельствами, свидетельствующими о малозначительности правонарушения.

Безразличное отношение лица к своим публично-правовым обязанностям, которые установлены действующим законодательством, свидетельствует о существенной угрозе охраняемым общественным отношениям. Следовательно, признать допущенное АНО ТРК «Тюменское время» правонарушение в качестве малозначительного недопустимо.

К смягчающим обстоятельствам относится факт совершения правонарушения Обществом впервые. Вместе с тем, при назначении административного наказания должностным лицом учитывается факт совершения нарушения требований части

16 статьи 18.1 Закона о рекламе в трех видеозаписях, размещенных в сети Интернет, а также наличие нарушения части 7 статьи 24 Закона о рекламе.

На основании изложенного, учитывая характер и степень виновности лица, привлекаемого к административной ответственности, причины и условия совершения административного правонарушения, руководствуясь статьями 2.4, 14.3, 23.48, 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Применить к АНО ТРК «Тюменское время» (адрес местонахождения: 625035, г.Тюмень, пр-д Геологоразведчиков, д.28А, ОГРН 1027200828918, ИНН 7203129309, КПП 720301001, дата регистрации: 27.11.2002г.), меру ответственности в виде административного штрафа в размере 110 000 (сто десять тысяч) рублей за совершение правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3. КоАП РФ.

2. Сумму штрафа надлежит уплатить по следующим реквизитам:

Получатель платежа: Управление Федерального казначейства по Тюменской области (Тюменское УФАС России)

Наименование банка: Отделение Тюмень Банка России/УФК по Тюменской области г. Тюмень

ЕКС (номер банковского счета): 40102810945370000060

Номер казначейского счета: 03100643000000016700

БИК: 017102101

ИНН: 7202081799

КПП: 720301001

ОКТМО: 71701000

код бюджетной классификации – 161 116 01141 01 0003 140

УИН: 16100500000001800703

Назначение платежа: «Нарушение ч.1 ст.14.3 КоАП РФ».

Согласно статьи 32.2 КоАП РФ, административный штраф должен быть уплачен в полном размере лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу.

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа, но не менее одной тысячи рублей, либо административный арест на срок до пятнадцати суток, либо обязательные работы на срок до пятидесяти часов.

В соответствии с пунктом 3 части 1 и частью 3 статьи 30.1 КоАП РФ, а также частью 1 статьи 30.3 КоАП постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статьи 31.1 КоАП 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.

Приложение: платежное поручение на оплату штрафа – на 1 л. в 1 экз.

Заместитель

руководителя управления <...>