

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о вынесении предупреждения по делу № 87р-17/29-04-2017р

об административном правонарушении

«19» июня 2017 года

г. Киров

Заместитель руководителя – начальник отдела товарных рынков и естественных монополий Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области <...>, рассмотрев протокол № 87р-17/29-04-2017р от 19.06.2017, составленный в отношении юридического лица-Общества с ограниченной ответственностью «<...>» в связи с нарушением части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Федеральный закон «О рекламе»),

УСТАНОВИЛ:

Решением Комиссии Кировского УФАС России по делу № 29/04-2017р (резолютивная часть решения оглашена 15 мая 2017 года; в полном объеме решение изготовлено 17 мая 2017 года) признана ненадлежащей реклама следующего содержания:

-«Маска» <...>

-«26-29 января Киров, Сурикова <...>;

-«<...>;

-«22 марта 2017 <...>, поскольку она противоречит части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ст. 3 Федерального 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. Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, размещенная в рекламно-информационном издании журнале «<...>» № 1 (31) январь 2017, следующего содержания: «<...>», адресована неопределенному кругу лиц (читателям журнала «<...>») направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (зрелищным мероприятиям), способствует формированию интереса к рекламируемым мероприятиям и их продвижению на рынке, и по своему содержанию является рекламой.

В соответствии с ч. 10.1. ст. 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается размещение 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", без указания категории данной информационной продукции.

Под информационной продукцией согласно [статье 2](#) Федерального [закона](#) от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", понимаются 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.

Учитывая изложенное, информация, распространяемая посредством зрелищных мероприятий относится к информационной продукции, которая должна содержать категорию информационной продукции.

Федеральным законом "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию" предусмотрена классификация информационной продукции по пяти категориям:

- 1) информационная продукция для детей, не достигших возраста шести лет (0+);
- 2) информационная продукция для детей, достигших возраста шести лет (6+);
- 3) информационная продукция для детей, достигших возраста двенадцати лет (12+);
- 4) информационная продукция для детей, достигших возраста шестнадцати лет (16+);
- 5) информационная продукция, запрещенная для детей (18+).

На основании [части 1 статьи 12](#) Федерального закона "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию" категория информационной продукции может обозначаться знаком информационной продукции и (или) текстовым предупреждением об ограничении распространения информационной продукции среди детей.

При этом, рекламная информация следующего содержания: «<...>», не содержит категории информационной продукции (знак информационной продукции и (или) текст предупреждения об ограничении распространения информационной продукции среди детей), и, следовательно, размещена в рекламно-информационном издании журнале «<...>» № 1 (31) январь 2017 с нарушением

части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

С учетом названных обстоятельств и положений ч. 10.1 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», следует признать, что рассматриваемая реклама не отвечает требованиям данного закона.

Согласно ч. 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение ч. 10.1 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель (лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств).

ООО «<...>» выдано свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ43-00540 от 30.12.2014г. Тематика периодического печатного издания («<...>») определена как рекламное сми, специализированная информация в области строительства и ремонта.

ООО «<...>» является учредителем средства массовой информации журнала «<...>». Согласно письменным пояснениям «<...>» (2982 от 26.04.2017г.) спорная информация является внутренней информацией Учредителя, договоры на размещение спорной информации редакцией журнала не заключались.

Из документов, представленных в материалы дела следует, что лицом, осуществившим распространение рекламной информации в рекламно-информационном издании журнале «<...>» № 1 (31) январь 2017, является ООО «<...>».

Решением установлено, что ООО «<...>», являясь лицом, распространившим спорную рекламу, является рекламодателем по смыслу Федерального закона «О рекламе» и несет ответственность за нарушение требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

На основании ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

О дате, месте и времени составления и рассмотрения протокола юридическое лицо ООО «Стройка- Киров» уведомлено надлежащим образом. Протокол составлен и рассмотрен в присутствии законного представителя ООО «<...>» директора <...> который факт нарушения признал.

Согласно ч. 1 ст. 4.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях срок давности привлечения к административной ответственности за нарушение рекламного законодательства составляет один год со дня совершения административного правонарушения.

Срок давности привлечения лица к административной ответственности исчисляется с января 2017 года (дата размещения рекламы в рекламно-информационном издании журнале «<...>» № 1 (31) январь 2017).

Событием административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3

КоАП РФ является установленный факт нарушения законодательства РФ о рекламе в действиях ООО «<...>», выразившийся в распространении рекламы в рекламно-информационном издании журнале «<...>» № 1 (31) январь 2017 в нарушение требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Объектом административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, являются общественные отношения в области рекламы.

Объективной стороной административного правонарушения являются действия ООО «<...> Киров» по распространению рекламы: « <...>» в рекламно-информационном издании журнале «<...>» № 1 (31) январь 2017, в нарушение части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ст. 2.10 Кодекса РФ об административных правонарушениях юридические лица подлежат административной ответственности за совершение административных правонарушений в случаях, предусмотренных [статьями раздела II](#) настоящего Кодекса или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях.

Субъектом административного правонарушения является рекламодатель - юридическое лицо ООО «<...>», которое распространило рекламу следующего содержания: « <...>». Поэтому нарушение рекламного законодательства произошло по вине ООО «Стройка- Киров».

При установлении субъективной стороны административного правонарушения следует учитывать разъяснения Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 "О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях", а именно: при рассмотрении дел об административных правонарушениях понятие вины юридических лиц раскрывается в [части 2 статьи 2.1](#) КоАП РФ ([пункт 16.1](#)).

Следовательно, и в тех случаях, когда в соответствующих статьях Особенной части [КоАП](#) РФ возможность привлечения к административной ответственности за административное правонарушение ставится в зависимость от формы вины, в отношении юридических лиц требуется лишь установление того, что у соответствующего лица имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых предусмотрена административная ответственность, но им не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению ([часть 2 статьи 2.1](#) КоАП РФ).

В данном случае установлено, что у ООО «<...>» имелась возможность для соблюдения требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», но им не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению. Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение установленных законодательством требований, при рассмотрении дела не установлены.

Таким образом, Кировское УФАС России считает, что рассматриваемое правонарушение произошло по вине ООО «<...>».

Место совершения административного правонарушения: место размещения рекламной информации: « <...>», рекламно-информационное издание журнал «<...>».

>» № 1 (31) январь 2017, адрес редакции: <...>

В ходе рассмотрения дела были исследованы все обстоятельства совершенного нарушения законодательства РФ о рекламе. Факты, изложенные в протоколе № 87р-17/29-04-2017р от 19.06.2017 об административном правонарушении, подтверждаются в полном объеме материалами дела № 29/04-2017р.

В соответствии со ст. 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.

Совершенные юридическим лицом – ООО «<...>» действия по распространению рекламы: «. <...>» в рекламно-информационном издании журнале «<...>» № 1 (31) январь 2017 в нарушение требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», содержат состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

В рассматриваемом случае состав административного правонарушения является формальным, следовательно, правонарушение является общественно-опасным с момента его совершения, независимо от наступления каких-либо последствий.

С учетом конкретных обстоятельств дела, учитывая характер и степень общественной опасности совершенного правонарушения, которое выразилось в пренебрежительном отношении к исполнению публично – правовых обязанностей в сфере рекламного законодательства, основания для освобождения ООО «<...>» от административной ответственности ввиду малозначительности в соответствии со ст. 2.9 КоАП РФ отсутствуют.

В соответствии со ст. 4.2 КоАП РФ в качестве смягчающих обстоятельств установлено оказание лицом содействия органу, уполномоченному осуществлять производство по делу об административном правонарушении в выявлении обстоятельств, подлежащих установлению по делу об административном правонарушении, совершение административного правонарушения впервые.

В соответствии со ст. 4.3 КоАП РФ отягчающих вину обстоятельств не установлено.

В соответствии с частью 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, и юридическим лицам, а также их работникам за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей [раздела II](#) настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных [частью 2 статьи 3.4](#) настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных [частью 2](#) настоящей статьи.

Согласно части 1, 2 статьи 3.4 КоАП РФ предупреждение - мера административного наказания, выраженная в официальном порицании физического или юридического лица. Предупреждение выносится в письменной форме. Предупреждение устанавливается за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при отсутствии имущественного ущерба.

Поскольку согласно информации на сайте <https://rmsp.nalog.ru/> ООО «<...>» включено в Реестр субъектов малого и среднего предпринимательства и правонарушение, ответственность за которое предусмотрена ч.1 ст.14.3 КоАП РФ, совершено Обществом впервые, с учетом отсутствия оснований, установленных частью 2 статьи 4.1.1 КоАП РФ, считаю возможным применить к Обществу меру ответственности в виде предупреждения.

Руководствуясь ст. 3, ст. 5 Федерального закона «О рекламе», статьями 2.1, 2.4, 3.4, 4.1.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1.Признать юридическое лицо – Общество с ограниченной ответственностью «<...>» виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2.Применить к юридическому лицу – Обществу с ограниченной ответственностью <...> меру ответственности в виде предупреждения.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1 Кодекса РФ об административных правонарушениях 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.

Заместитель руководителя – начальник отдела
товарных рынков и естественных монополий

<...>