

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о предупреждении по делу об административном правонарушении

город Омск

09 февраля 2022 года

№

Дело

055/04/14.3-
46/2022

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее – Омское УФАС России) (...), рассмотрев протокол об административном правонарушении от 26.01.2022 и другие материалы дела, возбужденного по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) в отношении общества с ограниченной ответственностью адрес: 644043, г. Омск, ул. Ленина, д. 8, кв. 5, ИНН 5507231011, ОГРН 1125543032284 (далее – ООО «Омск 1», Общество),

в отсутствие законного представителя ООО «Омск 1», извещенного надлежащим образом (почтовый идентификатор отправления 644010 65 72425 8),

У С Т А Н О В И Л А:

Решением Комиссии Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 14.12.2021 по делу № 055/05/5-1111/2021 реклама, распространенная ООО «Омск 1», была признана ненадлежащей, нарушающей требования части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»).

Комиссией Омского УФАС России также было принято решение о передаче материалов дела уполномоченному должностному лицу Омского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ).

Протоколом об административном правонарушении от 26.01.2022 № 055/04/14.3-46/2022 возбуждено дело в отношении ООО «Омск 1».

Доказательствами по делу об административном правонарушении, установленными протоколом и другими документами, подтверждено следующее.

В адрес Омского УФАС России из Управления Роскомнадзора по Омской области поступили материалы о проведении мониторинга сетевого издания «Om1.ru», по результатам которого 07.10.2021 зафиксирован факт публикации статьи, содержащей

информацию о проведении в городе Омске зрелищного мероприятия «Спектакль «Остановка», без указания знака информационной продукции:

«Когда нужно взять паузу и посидеть на остановке? Омичам представили сюжет нового спектакля в ЦСД»

«Остановка»- спектакль в жанре мьюментари, в котором несуществующая история преподносится как документальная.

Сегодня, в ресторане «Где же кролик» прошел 48-й культурный завтрак. Это уже традиционный формат встречи ЦСД с прессой, на котором в виде простой беседы журналисты могут узнать ответы на все интересующие их вопросы у режиссеров и актеров. Завтрак был посвящен премьере спектакля «Остановка».

Александр Пронькин - режиссер, куратор, актер, автор проектов, которые уже реализованы в Сахаровском Центре, Музее Толерантности, Мастерской Кончаловского. Также он приверженец проектов, которые можно назвать кино-спектаклями. Театральные постановки снимаются на камеру, дополняются иммерсивными элементами и уже потом выкладываются на онлайн-сервисы, например, Kion и Okko.

«Бизнесмен, который ездит на хорошей машине, вместе с женой. Казалось бы, жизнь, о которой мечтают многие. И вот он едет по идеально ровной дороге, но в какой-то момент останавливается посреди дороги и молча садится на трамвайную остановку и не встает. Вот вокруг этой ситуации далее развивается огромное количество событий, так описал фабулу сюжета режиссер.

По словам Александра, спектакль построен как некий детектив, в течение которого зритель выясняет причину остановки человека, жизнь которого полна важными и неотложными делами. Вокруг бизнесмена начинают происходить вещи, которые никогда бы не произошли, если бы он не взял паузу. Главный вопрос, который хотят раскрыть создатели – что влияет на жизнь больше: действие или бездействие? Спектакли состоятся 29 и 30 октября и 5 ноября в 19:00, в театре ЦСД».

Факт размещения указанной информации подтвержден 11.10.2021 при осмотре сайта www.om1.ru сотрудниками Омского УФАС России.

В соответствии со статьей 2 Закона Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» для целей настоящего Закона:

- под массовой информацией понимаются предназначенные для неограниченного круга лиц печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы;
- под сетевым изданием понимается сайт в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», зарегистрированный в качестве средства массовой информации в соответствии с настоящим Законом.

Согласно выходным данным сайт www.om1.ru зарегистрирован как сетевое издание Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (свидетельство о регистрации СМИ Эл № ФС77-62660 от 10.08.2015).

Учредителем сетевого издания «Om1.ru» является ООО «Омск 1».

ООО «Омск 1» представлена информация от 29.10.2021: «...журналист, разместивший

данный редакционный материал, не указал в публикации возрастной ценз для данного спектакля (16+), поскольку расценил эту публикацию не как рецензию, а как интервью и набор фактов о данном мероприятии. Кроме того, публикация не является рекламной. Данный редакционный материал, написанный по итогам проекта «Культурный завтрак», который проводится в Омске регулярно и носит исключительно культурно-просветительский характер.

Я, как и.о. главного редактора, не придавала должного внимания вычитке и проверке данной публикации, поэтому она оказалась опубликованной без указания возрастного ценза. С журналистами проведена разъяснительная работа».

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама - это 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» объектом рекламирования является 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.

Под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (пункт 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Информация распространена в сетевом издании в адрес лиц, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя информации.

Основной целью размещения информации является привлечение внимания потенциального зрителя к спектаклю «Остановка», формирование и поддержание интереса к нему, о чем свидетельствуют:

- краткое описание сюжета спектакля («бизнесмен, который ездит на хорошей машине, вместе с женой. Казалось бы, жизнь, о которой мечтают многие. И вот он едет по идеально ровной дороге, но в какой-то момент останавливается посреди дороги и молча садится на трамвайную остановку и не встает. Вот вокруг этой ситуации далее развивается огромное количество событий, так описал фабулу сюжета режиссер»);

- указание лица, участвующего в создании («режиссер спектакля Александр Пронькин»),

- даты и места проведения («спектакли состоятся 29 и 30 октября и 5 ноября в 19:00, в театре ЦСД»), при этом датой выхода материала является 06.10.2021.

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламной.

Статья 2 Федерального закона от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (далее – Федеральный закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию») устанавливает следующие понятия:

- информационная продукция - 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, посредством информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети «Интернет», и сетей подвижной радиотелефонной связи;

- зрелищное мероприятие - 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;

- знак информационной продукции - графическое и (или) текстовое обозначение информационной продукции в соответствии с классификацией информационной продукции, предусмотренной частью 3 статьи 6 настоящего Федерального закона.

С учетом изложенного спектакль «Остановка» является зрелищным мероприятием.

В соответствии с частью 3 статьи 6 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» классификация информационной продукции осуществляется в соответствии с требованиями настоящего Федерального закона по следующим категориям информационной продукции:

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

Производителем и (или) распространителем информационной продукции осуществляется обозначение ее категории знаком информационной продукции и (или) текстовым предупреждением об ограничении распространения информационной продукции среди детей с указанием цифры и знака «плюс» или соответствующего текстового предупреждения (статья 12 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»).

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 (часть 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»).

На момент фиксации в рекламе зрелищного мероприятия отсутствовал знак информационной продукции.

Рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым

способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункт 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Исходя из материалов дела, ООО «Омск 1» является рекламодателем.

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

Согласно части 1 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2-6 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, -

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.

Таким образом, ООО «Омск 1», имея возможность для соблюдения требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», не приняв все зависящие от него меры по их соблюдению, распространив ненадлежащую рекламу, совершило административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Местом совершения административного правонарушения является г. Омск.

Временем совершения административного правонарушения является 07.10.2021, 11.10.2021.

На момент рассмотрения настоящего дела об административном правонарушении сроки давности привлечения к административной ответственности, установленные статьей 4.5 КоАП РФ, не истекли.

Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение Обществом установленных Федеральным законом «О рекламе» требований, а также обстоятельства, вынуждающие ее действовать в состоянии крайней необходимости, при рассмотрении дела не установлены.

При назначении наказания должностным лицом, рассматривающим дело 055/04/14.3-46/2022, учитываются общие правила назначения административного наказания, предусмотренные статьей 4.1 КоАП РФ.

В качестве обстоятельства, смягчающего административную ответственность (статья 4.2 КоАП РФ), признан факт совершения административного правонарушения впервые.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность (статья 4.3 КоАП РФ), не выявлено.

На основании части 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ некоммерческим организациям, а также 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 частям 1, 2 и 3 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. 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 может быть заменено некоммерческой организации, а также являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицу, осуществляющему предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, или юридическому лицу, а также их работникам на предупреждение в соответствии со статьей 4.1.1 настоящего Кодекса.

Сведения из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства на сайте Федеральной налоговой службы России <https://rmsp.nalog.ru> подтверждают, что ООО «Омск 1» является субъектом малого и среднего предпринимательства – микропредприятием (дата внесения сведений в реестр 01.08.2016).

Оценив характер и обстоятельства совершенного Обществом административного правонарушения, должностное лицо усмотрело основания для применения положений статей 3.4 и 4.1.1 КоАП РФ, поскольку их применение в данной ситуации является справедливым, отвечающим принципу целесообразности юридической ответственности, характеру правонарушения и обстоятельствам его совершения, соответствует как интересам лица, привлекаемого к ответственности, так и интересам государства.

На основании изложенного, руководствуясь статьями 3.4, 4.1.1, 14.3, 23.48, частью 1 статьи 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, пунктом 7.12 Положения о территориальном органе Федеральной антимонопольной службы, утвержденного приказом Федеральной антимонопольной службы от 23.07.2015 № 649/15, зарегистрированного в Министерстве юстиции Российской Федерации 24.08.2015 № 38653,

ПОСТАНОВИЛА:

Признать общество с ограниченной ответственностью «Омск 1» (ИНН 5507231011, ОГРН

1125543032284) виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, и применить к нему меру ответственности, предусмотренную частью 1 статьи 4.1.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в виде предупреждения за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в суд в течение 10 суток со дня вручения или получения копии постановления.

По истечении этого срока необжалованное и неопротестованное постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу и обращается к исполнению.