

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания

по делу № А16/55-01

об административном правонарушении

05.02.2016

г. Тюмень

Я, Заместитель руководителя Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области <...>, рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении № А16/55, возбужденного в отношении ООО «Интеркино-Тюмень» (625026, г. Тюмень, ул. 50 лет ВЛКСМ, 63, ИНН: 8602236449, ОГРН: 1048602050639; дата регистрации: 15.03.2005) (далее также Общество), в присутствии директора Общества – <...> (предъявлен паспорт гражданина РФ, полномочия проверены, приказ № 17/2-к от 10.03.2015г.),

### УСТАНОВИЛА:

Решением Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) от 17.11.2015 № Р15/138-02 признана ненадлежащей реклама, следующего содержания: «Кинотеатр Премьер, ПРИГЛАШАЕМ НА ПРЕМЬЕРЫ!...Лабиринт был всего лишь началом, ХИТ Бегущий в лабиринте испытание огнем 12+ с 17 сентября», выполненной в виде пластиковой стойки, которая имеет на своем основании надпись PEPSI с соответствующим фирменным логотипом на синем фоне, поскольку в ней нарушены требования пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.06 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

Вышеуказанное решение Комиссии в арбитражном суде не было обжаловано. Ответственность за распространение ненадлежащей рекламы предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ, Кодекс).

Исследовав материал административного дела, установлено следующее.

Согласно статье 3 Закона о рекламе, *рекламой* является 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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот; *ненадлежащая реклама* - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В данном случае необходимо учитывать обязательный юридический признак рекламы – адресация информации неопределенному кругу лиц (ст. 3 Закона о рекламе). В данной [норме](#) под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена. Следовательно, для восприятия рекламы не требуется каких-либо специальных познаний, объект рекламирования (товар, услуга) является очевидным, понятным для потребителя.

Указанный вывод согласуется с позицией Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ, изложенной в Постановлении от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», который в п. 2 указал, что «при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы судам необходимо учитывать, что размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака)».

Независимо от формы или используемого средства распространения, реклама должна быть распознаваема без специальных знаний или без применения технических средств непосредственно в момент ее представления именно как реклама.

Таким образом, признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, сформировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

В вышеуказанной рекламе просмотра фильма «Бегущий в лабиринте огнем» в кинотеатре «Премьер» информация направлена на привлечение внимания **потребителей** к зрелищному мероприятию, а также непосредственно к самому фильму и кинотеатру.

Таким образом, информация, распространявшаяся на столах ресторанного дворика (зоны общественного питания) торгового центра «Премьер» (3 этаж) следующего содержания: «Кинотеатр Премьер, ПРИГЛАШАЕМ НА ПРЕМЬЕРЫ!...Лабиринт был всего лишь началом, ХИТ Бегущий в лабиринте испытание огнем 12+ с 17 сентября», соответствует понятию, изложенному в ст. 3 Федерального закона «О рекламе» и является рекламной, где объектом рекламирования является фильм под названием: «Бегущий в лабиринте испытание огнем» в кинотеатре «Премьер».

Как следует из [части 1 статьи 5](#) Закона о рекламе, реклама должна быть

добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускаются. Реклама является средством продвижения товаров, работ и услуг, а также самого изготовителя или продавца рекламируемого товара на определенном рынке. Вместе с тем способ, форма и средства распространения соответствующей информации имеет существенное значение. Ненадлежащей рекламой согласно [подпункту 4 статьи 3](#) Закона «О рекламе» является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Как следует из текста рекламы, в кинотеатре «Премьер» будут проходить просмотры фильма «Бегущий в лабиринте испытание огнем».

Следовательно, информация следующего содержания: «Кинотеатр Премьер, ПРИГЛАШАЕМ НА ПРЕМЬЕРЫ!...Лабиринт был всего лишь началом, ХИТ Бегущий в лабиринте испытание огнем 12+ с 17 сентября» является **рекламой информационной продукции** – зрелищного мероприятия, демонстрируемого на экранах кинотеатра «Премьер».

В соответствии с частью 1 статьи 6 Закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» классификация информационной продукции (всей, в том числе информационной продукции для детей, информационной продукции, причиняющей вред здоровью и (или) развитию детей, и иной информационной продукции) осуществляется ее производителями и (или) распространителями самостоятельно (в том числе с участием эксперта, экспертов и (или) экспертных организаций, отвечающих требованиям статьи 17 настоящего Федерального закона) до начала ее оборота на территории Российской Федерации.

Оборот информационной продукции – предоставление и (или) распространение информационной продукции, включая ее продажу (в том числе распространение по подписке), аренду, прокат, раздачу, выдачу из фондов общедоступных библиотек, публичный показ, публичное исполнение (в том числе посредством зрелищных мероприятий), распространение посредством эфирного или кабельного вещания, информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети «Интернет», и сетей подвижной радиотелефонной связи (п.12 статьи 2 Закона о защите детей от информации).

Из указанной статьи следует, что оборотом зрелищного мероприятия будет его публичное исполнение, а распространение информации о его публичном исполнении – реклама.

Часть 3 статьи 6 Закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» устанавливает категории информационной продукции, по которым необходимо осуществлять классификацию.

Согласно части 6 указанной статьи сведения, полученные в результате классификации информационной продукции, является основанием для размещения на ней знака информационной продукции и для ее оборота на территории Российской Федерации.

Таким образом, указанными нормоположениями устанавливается требование до начала оборота на территории Российской Федерации информационной продукции (в том числе зрелищно-развлекательных мероприятий, к которым

относится и концерт) осуществлять ее классификацию производителями и (или) распространителями, при этом классификация должна осуществляться по установленным категориям самостоятельно или с участием эксперта, экспертов и (или) экспертных организаций.

Следовательно, любая информационная продукция, оборот которой планируется осуществлять на территории Российской Федерации (не зависимо от того, способна ли она причинить вред здоровью и (или) развитию детей или нет), подлежит классификации на категории, обозначенные в части 3 статьи 6 Закона о защите детей от информации.

Таким образом, предлагаемые программы, которые исполняются на территории Российской Федерации, подлежат классификации.

Следовательно, в силу требований части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе их реклама должна содержать указание категории данной информационной продукции.

Вместе с тем, указанный знак информационной продукции в рассматриваемой рекламе не соответствовал фактическому возрастному ограничению. Так как из прокатного удостоверения на данный фильм, следует, что фильм предназначен к просмотру гражданам старше 16 лет.

В соответствии с пунктом 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

**Таким образом, реклама фильма под название: «Бегущий в лабиринте испытание огнем» в кинотеатре «Премьер» с возрастным ограничением 12+ следующего содержания: «Кинотеатр Премьер, ПРИГЛАШАЕМ НА ПРЕМЬЕРЫ!...Лабиринт был всего лишь началом, ХИТ Бегущий в лабиринте испытание огнем 12+ с 17 сентября», нарушает требование пункта 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.**

В соответствии с частью 4 статьи 38 Закона о рекламе нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе влечет ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 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 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.

Субъектом административного правонарушения по делу № А16/55 выступает – ООО «Интеркино-Тюмень» (625026, г. Тюмень, ул. 50 лет ВЛКСМ, 63, ИНН: 8602236449, ОГРН: 1048602050639; дата регистрации: 15.03.2005).

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.

Общество, разместив и распространяя вышеуказанную рекламу, с нарушением рекламного законодательства, совершило административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Вина ООО «Интеркино-Тюмень» состоит в том, что оно не выполнило установленных Законом о рекламе требований и не предприняло всех зависящих от него мер по их соблюдению.

Место совершения административного правонарушения – г. Тюмень.

Время совершения административного правонарушения, установленное материалами дела – с 28.09.2015 г. согласно акту осмотра по 08.10.2015 согласно письма Общества от 08.10.2015 (вх. № 7573 от 12.10.2015).

Дело об административном правонарушении № А16/55, в соответствии с частью 3 статьи 4.1 КоАП РФ, рассмотрено с учетом характера совершенного ООО «Интеркино-Тюмень» административного правонарушения, имущественного и финансового положения Общества, обстоятельств смягчающих и отягчающих административную ответственность.

Доказательств 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 ООО «Интеркино-Тюмень» правонарушение в качестве малозначительного недопустимо.

Однако в соответствии с ч. 3 ст. 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.

Как следует из пояснений Общества и представленных документов в материалы дела, Общество в данном случае ввела в заблуждение компания «20 век Фокс», из письма которого следовало, что фильму присвоено возрастное ограничение - «12+», однако за несколько дней до показа пришло прокатное удостоверение, в котором возрастное ограничение было указано – «16+». ООО «Интеркино-Тюмень» новую информацию по возрастному ограничению разместило в прикассовой зоне и в самом кинотеатре непосредственно перед показом фильма. Общество считает, что их действия носили не преднамеренный характер. Вместе с тем Общество не проявило ту степень ответственности и в должной мере осмотрительности, которые возложены на рекламодателя и на рекламораспространителя Законом о рекламе и даже после получения достоверной информации о возрастном ограничении не исправило рекламу, о чём свидетельствует акт осмотра от 28.09.2015.

В соответствии с ч. 3.2 ст. 4.1 КоАП РФ, при наличии исключительных обстоятельств, связанных с характером совершенного административного правонарушения и его последствиями, имущественным и финансовым положением привлекаемого к административной ответственности юридического лица, судья, орган, должностное лицо, рассматривающие дела об административных правонарушениях либо жалобы, протесты на постановления и (или) решения по делам об административных правонарушениях, могут назначить наказание в виде административного штрафа в размере менее минимального размера административного штрафа, предусмотренного соответствующей статьей или частью статьи [раздела II](#) настоящего Кодекса, в случае, если минимальный размер административного штрафа для юридических лиц составляет не менее ста тысяч рублей.

Согласно ч. 3.3 ст. 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания в соответствии с [частью 3.2](#) настоящей статьи размер административного штрафа не может составлять менее половины минимального размера административного штрафа, предусмотренного для юридических лиц соответствующей статьей или частью статьи [раздела II](#) настоящего Кодекса.

Учитывая характер нарушения и его последствия, Управление Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области считает возможным применить к ООО «Интеркино-Тюмень» сумму административного штрафа в размере 50 000 (пятьдесят тысяч) рублей

На основании изложенного, принимая во внимание доказанность имеющимися материалами дела события и состава допущенного ООО «Интеркино-Тюмень» административного правонарушения, руководствуясь статьями 2.10, 4.1, 4.5, 14.33, 23.48, 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

**ПОСТАНОВИЛА:**

1. Применить к ООО «Интеркино-Тюмень» (625026, г. Тюмень, ул. 50 лет ВЛКСМ, 63, ИНН: 8602236449, ОГРН: 1048602050639; дата регистрации: 15.03.2005), меру ответственности в виде административного штрафа в размере **50 000 (пятьдесят тысяч)** рублей за совершение правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3. КоАП РФ.

2. Сумму штрафа надлежит уплатить по следующим реквизитам:

Наименование получателя: Управление федерального казначейства  
Министерства финансов России по Тюменской области (Тюменское УФАС России)

ИНН 7202081799, КПП 720301001

счет 40101810300000010005

банк получателя: отделение Тюмени г. Тюмень

БИК 047102001, ОКТМО 71701000

код бюджетной классификации – 161 116 26000 01 6000 140

**УИН: 0319883317020800000373040**

Назначение платежа: «Денежные (штрафы) взыскания за нарушение законодательства о рекламе».

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, 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.

Заместитель

руководителя управления

<...>