ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания по делу № 062/04/14.3-37/2020

об административном правонарушении

«25» февраля 2020 года г. Рязань

Заместитель руководителя управления <…>, рассмотрев протокол от 10.02.2020 и материалы дела об административном правонарушении № 062/04/14.3-37/2020, в отсутствии лица, в отношении которого возбужденно административное дело - АО «Киномакс» (ИНН/ОГРН 7705995118/112774658995 <…>), извещенного надлежащим образом о времени и месте рассмотрения дела № 062/04/14.3-37/2020 об административном правонарушении (исх. от 10.02.2020 № 396) заказным письмом с уведомлением, почтовым отправлением № 80080845184987, по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ,

УСТАНОВИЛ:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Рязанским УФАС России 01.03.2019 выявлен случай распространения рекламы на рекламном щите в лифте многоквартирного дома по адресу: г. Рязань, <…>, следующего содержания: «Киномакс Семь ужинов Сходи на фильм и выиграй ужин мечты…», с изображением мужчины и обнаженной женщины, которая держит в руках табличку с надписью «Козел» с признаками нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

Данный факт подтвержден протоколом осмотра Рязанского УФАС России при проведении фотосъемки от 01.03.2019.

Управлением установлено, что между ООО «Управляющей организацией Техрембытсервис» и ООО «Индор Медиа» заключен договор аренды № 004-2017 от 22.03.2017 на установку и эксплуатацию информационных конструкций.

Согласно представленным документам ООО «Индор Медиа» управлением установлено, что между ООО «Индор Медиа» и филиалом АО «Киномакс» в г.Рязани заключен договор №136 от 26.10.2017.

Согласно п. 1.1 указанного договора Филиал АО «Киномакс» в г. Рязани (далее – заказчик) поручает, а ООО «Индор Медиа» (далее – Исполнитель) принимает на себя обязательства по производству и размещению рекламной информации о заказчике на рекламоносителях, размещаемых в лифтах жилых домов города Рязани, а заказчик обязуется оплатить оказанные услуги исполнителя по настоящему договору.

В соответствии с п.4.6 данного договора заказчик гарантирует соответствие предоставляемых к распространению рекламных материалов законодательству РФ, в частности ФЗ «О рекламе».

Таким образом, рекламодателем указанной рекламы является АО «Киномакс» (ИНН/ОГРН 7705995118/112774658995 <…>).

На основании изложенного возбуждено дело о нарушении Закона о рекламе в отношении АО «Киномакс».

Определением о возбуждении дела № 062/05/5-228/2019 от 08.05.2019 (исх. №1787) у АО «Киномакс» запрошены документы и сведения, необходимые для рассмотрения дела, в том числе мотивированное письменное пояснение по факту нарушения рекламного законодательства.

27.05.2019 в адрес управления поступило объяснение АО «Киномакс» с приложенными документами, согласно которым оно пояснило следующее.

Представители общества не согласны с нарушением рекламного законодательства, так как считают, что спорный рекламный лист создан на основе разработанного и утвержденного официального изображения к фильму «Семь ужинов» и данная реклама демонстрирует названный фильм. По мнению, общества, наблюдатель может предположить, что это супружеская пара и между ними возник конфликт. Несомненно, слово «Козел» женщина обращает в адрес конкретного мужчины.

Управление, рассмотрев заявление и материалы, пришло к следующим выводам.

Информация, распространяемая на рекламном щите в лифте многоквартирного дома по адресу: г. Рязань, ул. Никулина, д.6 является рекламой, поскольку из статьи 3 Закона о рекламе следует, что рекламой признается 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.

При размещении и распространении рекламы должны соблюдаться общие требования к рекламе, установленные статьей 5 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 6 статьи 5 Закона о рекламе в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

Данное положение Закона о рекламе запрещает использовать в рекламе бранные слова, непристойные образы, сравнения, выражения, оскорбительные образы, сравнения, выражения.

Как указано в письме ФАС России от 08.06.2017 N АК/38500-ПР/17 "Об использовании непристойных и оскорбительных образов в рекламе", к непристойным образам, сравнениям, выражениям могут быть отнесены такие слова и изображения, которые нарушают общепринятые нормы и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности.

По смыслу законодателя к непристойным образам могут быть отнесены изображения, которые нарушают общепринятые нормы и принципы поведения в

обществе с точки зрения морали и нравственности. Данная позиция изложена в письме ФАС России от 29.04.2013 N АД/17355/13 "О порядке применения части 6 статьи 5 Закона "О рекламе".

Вопрос отнесения изображений, слов и иных образов к оскорбительным или непристойным носит субъективно-оценочный характер, который основан на восприятии данной информации каждым индивидуумом в отдельности. При этом очевидно, что восприятие одной и той же информации разными людьми может отличаться в зависимости от личностных характеристик субъекта (возраста, образования, воспитания, семейных устоев, места проживания и прочее).

Соответственно, возможна ситуация, когда одна и та же реклама оценивается неоднозначно с точки зрения ее этичности различными категориями населения. При этом для признания рекламы неэтичной/оскорбительной не требуется получение единогласного мнения или мнения абсолютного большинства потребителей рекламы, достаточно установить наличие значимого количества людей, воспринимающих рекламу как оскорбительную или непристойную.

Так, указанная реклама также была рассмотрена 11.03.2019 на Экспертном совете по применению рекламного законодательства при Рязанском УФАС России. На обсуждение поставлен вопрос: «Как воспринимается реклама, расположенная в лифтах многоквартирного дома, и нарушает ли она требования части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе»?». По результатам голосования членами совета решено, что реклама, размещенная в лифтах многоквартирного дома, содержит оскорбительный образ и признаки нарушения требований части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В данном случае указанная реклама была представлена для всеобщего обозрения, поскольку распространялась в лифтах многоквартирных домов города Рязани, т.е. данная реклама была доступна для всех без исключения категорий населения, в том числе детям.

Таким образом, размещенная на рекламном щите в лифте многоквартирного дома по адресу: г. Рязань, <…>, реклама следующего содержания: «Киномакс Семь ужинов Сходи на фильм и выиграй ужин мечты…» с изображением мужчины и женщины, которая держит в руках табличку с надписью «Козел», является ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 6 статьи 5 Закона о рекламе.

Решением Управления Федеральной антимонопольной службы по Рязанской области от 06.06.2019 по делу № 062/05/5-228/2019 установлен факт нарушения АО «Киномакс» части 6 статьи 5 Закона о рекламе при распространении вышеуказанной ненадлежащей рекламы.

Таким образом, нарушив статью 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», АО «Киномакс» совершило административное правонарушение, за которое частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на юридических лиц - от

ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

При назначении наказания за совершение административного правонарушения согласно ч. 1 ст. 4.1. КоАП РФ необходимо учитывать пределы, установленные законом, предусматривающим ответственность за конкретное административное правонарушение.

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

У АО «Киномакс» при распространении рекламы имелась возможность для соблюдения правил и норм действующего законодательства о рекламе, но обществом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению, что является основанием в соответствии со статьей 2.1 КоАП РФ для признания АО «Киномакс» виновным в совершении административного правонарушения.

Время совершения АО «Киномакс» административного правонарушения 01.03.2019 (день распространения указанной рекламы).

Место совершения АО «Киномакс» административного правонарушения – ул. <…>.

Разрешая вопрос о применении положений статьи 2.9 КоАП РФ и освобождении привлекаемого к административной ответственности лица от административного наказания по указанному в данной статье основанию, должностное лицо Рязанского УФАС России пришло к выводу о том, что в рассматриваемой ситуации доказательств наличия каких-либо исключительных обстоятельств, позволяющих квалифицировать правонарушение, совершенное АО «Киномакс», как малозначительное, не представлено.

При этом немотивированные случаи прекращения производства по делу в связи с малозначительностью совершенного административного правонарушения и освобождения от административной ответственности за допущенные нарушения неизбежно ведут к формированию халатного отношения к исполнению своих обязанностей, уверенности в собственной безнаказанности.

Факт совершения административного правонарушения АО «Киномакс» подтверждается протоколом по делу N 062/04/14.3-37/2020 об административном правонарушении от 10 февраля 2020 года, а также другими материалами дела.

Срок давности привлечения должностного лица к административной ответственности, установленный частью 1 статьи 4.5 КоАП РФ за нарушение рекламного законодательства, на момент вынесения настоящего постановления не истек.

Разрешая вопрос о виде и размере административного наказания, учитывается характер совершенного административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица (личность виновного, его имущественное положение) обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную

ответственность.

В силу статей 4.2. и 4.3 КоАП РФ обстоятельств, смягчающих и отягчающих административную ответственность, в ходе рассмотрения административного дела не установлено.

Оснований для назначения административного наказания ниже низшего предела санкции ч.1 ст.14.3 КоАП РФ, замены наказания в виде административного штрафа предупреждением не имеется.

На основании изложенного, руководствуясь ст. 23.48, 26.11, частью 1 статьи 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

признать АО «Киномакс» (ИНН/ОГРН 7705995118/112774658995 <…>) виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, и назначить ему наказание в виде административного штрафа в размере 100 000 рублей.

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 КоАП РФ штраф должен быть уплачен не позднее 60 дней со дня вступления постановления в законную силу, либо со дня истечения срока отсрочки и срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП РФ.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5 КоАП РФ сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объёме.

Размер штрафа, подлежащий зачислению, должен быть внесен на р/счет <...> по Рязанской области в Банк: Отделение Рязань г. Рязань БИК 046126001.

Получатель платежа: <…>.

Назначение платежа: <...>, денежное взыскание (штраф) за нарушение законодательства о рекламе по постановлению Рязанского УФАС России № 062/04/14.3-37/2020 от 25.02.2020.

Обращаем Ваше внимание на необходимость строго придерживаться при оформлении платежных документов требований Приказа Минфина РФ от 24.11.2004 г. № 106н «Об утверждении правил указания информации на полях расчетных документов на перечисление налогов, сборов и иных платежей в бюджетную систему Российской Федерации».

Копию документа, подтверждающего уплату административного штрафа, лицо, привлеченное к административной ответственности, направляет должностному лицу, вынесшему постановление, по факсу <…>.

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП РФ 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 РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в суд, в вышестоящий орган или вышестоящему должностному лицу в течение 10 суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 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 <…>