

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

### о предупреждении по делу об административном правонарушении

город Омск  
19 октября 2022 года

Дело  
№ 055/04/14.3-800/2022

Врио заместителя руководителя управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее – Омское УФАС России) <...>, рассмотрев протокол об административном правонарушении от 06.10.2022 и другие материалы дела, возбужденного по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) в отношении индивидуального предпринимателя <...> (далее – ИП <...>) <...>,

в отсутствие ИП <...> (ходатайство от 19.10.2022 вх. № 10294)

#### УСТАНОВИЛА:

Решением Комиссии Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 13.09.2022 по делу № 055/05/5-679/2022 реклама, распространенная ИП <...> 04.08.2022 на рекламной конструкции, установленной в районе здания № 24 по пр. К. Маркса в г. Омске (торгово-выставочный комплекс «Каскад»), 05.08.2022, 10.08.2022 и 11.08.2022 на рекламной конструкции в районе здания № 12 по пр. К. Маркса в г. Омске была признана ненадлежащей, нарушающей требования части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 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.

Протоколом об административном правонарушении от 06.10.2022 в отношении ИП <...> возбуждено дело № 055/04/14.3-800/2022 по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

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

В ходе проведения мероприятий по контролю за соблюдением обязательных требований Федерального закона «О рекламе» Омским УФАС России выявлены следующие факты:

- 04.08.2022 на рекламной конструкции, установленной в районе здания № 24 по пр. К. Маркса в г. Омске (торгово-выставочный комплекс «Каскад»), и 11.08.2022 на рекламной конструкции в районе здания № 12 по пр. К. Маркса в г. Омске (вблизи остановки общественного транспорта «Ленинградская площадь») распространена реклама зрелищного мероприятия следующего содержания: «13 июля открытие ТВЦ Каскад, пр. К. Маркса, 24 4 этаж т. 89585153682 ВЫСТАВКА ПАУКОВ арахиды · хищные монстры · огромные птицеведы»;

- 05.08.2022 на рекламной конструкции, установленной в районе здания № 12 по пр. К. Маркса в г. Омске, распространена реклама зрелищного мероприятия следующего содержания: «ANGAR night club 6 августа 19.00 ITALO BEST HITS МАРЧЕЛЛО МА МИЛАН ИТАЛИЯ kassy.ru 905-777»;

- 10.08.2022 на рекламной конструкции, установленной в районе здания № 12 по пр. К. Маркса в г. Омске, распространена реклама зрелищного мероприятия следующего содержания: «ANGAR night club 30 сентября 19.00 КАРНАВАЛ ЛЕГЕНДАРНАЯ ГРУППА АЛЕКСАНДРА БАРЫКИНА с участием Георгия Барыкина Генеральный партнер СТБ ОХРАНА kassy.ru 905-777».

Согласно информации, размещенной на рекламных конструкциях, а также представленной в адрес Омского УФАС России Управлением делами Администрации г. Омска, разрешение на установку и эксплуатацию вышеуказанных рекламных конструкций выдано ИП <...>.

06.09.2022 в адрес Омского УФАС России ИП <...> была представлена информация, согласно которой: «...1. В отношении распространения рекламы зрелищного мероприятия рекламной конструкции в районе торгово-выставочного комплекса «Каскад» и в районе здания № 12 по пр. К. Маркса в г. Омске (вблизи остановки общественного транспорта «Ленинградская площадь») следующего содержания: «13 июля открытие ТВЦ Каскад, пр. К. Маркса, 24 4 этаж т. 89585153682 ВЫСТАВКА ПАУКОВ арахиды · хищные монстры · огромные птицеведы».

В опубликованной афише действительно отсутствовал знак информационной продукции, который присваивается ей до начала ее демонстрации посредством зрелищного мероприятия...

...Считаю, что в силу действующего законодательства маркировкой знаком информационной продукции должна обозначаться только та информационная продукция, которая способна причинить вред здоровью и (или) развитию детей. Вполне очевидно, что отсутствие знака возрастного ограничения на объявлении о выставке пауков не может нанести вред здоровью и развитию детей. На указанную выставку отсутствуют возрастные ограничения. Дети до 3 лет пускаются бесплатно.

... баннер «ANGAR night club 6 августа 19.00 ITALO BEST HITS MARCHELLO MA МИЛАН ИТАЛИЯ kassy.ru 905-777» снят 07 августа 2022 года.

Вместе с тем, ИП<...> признает, что реклама должна соответствовать требованиям, установленным законодательством... Поэтому на момент вынесения Определения от 22 августа 2022 года данное нарушение полностью устранено ИП<...> (на баннерах имеется обозначение категории информационной продукции знаком информационной продукции и (или) текстовым предупреждением об ограничении распространения информационной продукции среди детей с указанием цифры, обозначающей возраст, и знак «плюс»). В подтверждение прилагаю фототаблицы.

В силу части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламораспространитель.

Однако хотелось бы обратить внимание Комиссии на следующее, ИП<...> не изготавливала данные плакаты (баннеры) и не является рекламодателем или рекламопроизводителем, она является рекламораспространителем – осуществила монтаж данных плакатов на своих рекламных конструкциях.

ИП<...> заключила Договор № АС-0026 от 01.07.2022 с <...> (самозанятой) и Договор № АС-0030 от 20.07.2022 с ИП<...> (ОГРНИП<...>), согласно которым она является рекламораспространителем, Заказчики самостоятельно изготавливали саму рекламу (плакаты) для распространения...».

По определению, данному статьей 3 Федерального закона «О рекламе»:

**реклама** - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, 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** - это 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** - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками – распространена наружным способом, направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к зрелищным мероприятиям – концертам Марчелло Ма и группы «Карнавал», а также выставке пауков.

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.

На основании части 3 статьи 6 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» классификация информационной продукции осуществляется в соответствии с требованиями указанного 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, возраста двенадцати лет;
4. информационная продукция для детей, возраста шестнадцати лет;

5) информационная продукция, запрещенная для детей (информационная продукция, содержащая информацию, предусмотренную частью 2 статьи 5 настоящего Федерального закона).

В силу части 1 статьи 12 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» **обозначение категории информационной продукции** знаком информационной продукции и (или) текстовым предупреждением об ограничении распространения информационной продукции среди детей **осуществляется с соблюдением требований настоящего Федерального закона ее производителем и (или) распространителем следующим образом:**

1) применительно к категории информационной продукции для детей, не достигших возраста шести лет, - в виде цифры «0» и знака «плюс»;

2) применительно к категории информационной продукции для детей, достигших возраста шести лет, - в виде цифры «6» и знака «плюс» и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания «для детей старше шести лет»;

3) применительно к категории информационной продукции для детей, достигших возраста двенадцати лет, - в виде цифры «12» и знака «плюс» и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания «для детей старше 12 лет»;

4) применительно к категории информационной продукции для детей, достигших возраста шестнадцати лет, - в виде цифры «16» и знака «плюс» и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания «для детей старше 16 лет»;

5) применительно к категории информационной продукции, запрещенной для детей, - в виде цифры «18» и знака «плюс» и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания «запрещено для детей».

Согласно части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», без указания категории данной информационной продукции.

Таким образом, рекламораспространитель зная о том, что к рекламе зрелищных мероприятий законодательством Российской Федерации установлено обязательное указание категории информационной продукции, должен был в каждом случае осуществить распространение рекламы со знаком информационной продукции в соответствии с требованиями части 1 статьи 12 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

Вместе с тем в нарушение требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» **знак информационной продукции в рекламе зрелищных мероприятий** (концерты Марчелло Ма и группы «Карнавал», выставка пауков) на момент фиксации **отсутствовал**.

По определению (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») **ненадлежащая** реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В пункте 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» установлено, что рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Исходя из определения, данного в пункте 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», ИП <...> является рекламораспространителем.

В части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» установлено, что 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 - 10 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.

В силу примечания к статье 2.4 КоАП РФ лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, совершившие административные правонарушения, несут административную ответственность как должностные лица.

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

Место совершения административного: район зданий № 12 и № 24 по пр. К. Маркса в г. Омске.

Время совершения административных правонарушений: 04.08.2022, 05.08.2022, 10.08.2022 и 11.08.2022.

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 ИП <...> 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 055/04/14.3-800/2022, учитываются общие правила назначения административного наказания, предусмотренные статьей 4.1 КоАП РФ.

В качестве обстоятельств, смягчающих административную ответственность ИП <...> (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 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 подлежит замене на предупреждение в соответствии со статьей 4.1.1 настоящего Кодекса.

Оценив характер и обстоятельства совершенного ИП <...> 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,

ПО С Т А Н О В И Л А:

Признать индивидуального предпринимателя <...> (ИНН <...>, ОГРНИП <...>) виновной в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, и применить к ней 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.

Временно исполняющий обязанности заместителя руководителя управления<...>