

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о вынесении предупреждения по делу № 53р-17/75-04-16р

об административном правонарушении

«16» августа 2017 г.

г. Киров

Заместитель руководителя – начальник отдела товарных рынков и естественных монополий Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области <...>, рассмотрев протокол № 53р-17/75-04-16р от 29.06.2017, составленный <...>. – начальником отдела финансовых рынков и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области в отношении юридического лица Общества с ограниченной ответственностью «ИнтерМедиа» (далее - ООО «ИнтерМедиа») (юридический адрес: 610000, <...>, ИНН <...>, ОГРН <...>), в связи с нарушением ч. 1 ст. 9 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 № 75/04-16р (резольютивная часть решения оглашена 09 марта 2017 года; в полном объеме решение изготовлено 17 марта 2017 года) признана ненадлежащей реклама о платежной системе <...>, о заключении <...> соглашения с международной платёжной системой <...>, а также об акциях, предоставляемых <...>, в которой отсутствует информация о сроках проведения стимулирующего мероприятия на радио «<...>», распространенная 10.10.2016 в 14:35, которая не соответствует требованиям ч. 1 ст. 9 Федерального закона «О рекламе».

Нарушение заключается в следующем.

В Кировское УФАС России поступило обращение физического лица о нарушении, по мнению заявителя, законодательства о рекламе при транслировании 10 октября 2016 в 14:35 радиопередачи «<...>», специализирующейся на сообщениях и материалах рекламного характера, на радио «<...>» на частоте <...>.0 МГц., в которой шла речь о платежной системе <...>, о заключении Вятка Банком соглашения с международной платёжной системой <...> а также об акции, о банковских и финансовых услугах, предоставляемых <...>.

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, транслировавшаяся 10 октября 2016 в 14:35 в радиопередаче «<...>», специализирующейся на сообщениях и материалах рекламного характера (в соответствии с письменными пояснениями ООО «ИнтерМедиа» от 21.11.2016 вх. № 6983), на радио «<...>» (свидетельство Эл № ТУ43-<...>от 19.03.2015) на частоте <...>.0 мГц. (стенография радиопередачи от 09.12.2016), адресована неопределенному кругу лиц (слушателям радио), поскольку радиовещание – это технология передачи по радио неограниченному числу слушателей речи, музыки и других звуковых эффектов или звуковой информации в радиозэфире, также в проводных сетях (проводное радиовещание) или в сетях с пакетной коммутацией (в компьютерных сетях — интернет-радио), что делает ее неперсонифицированной, при этом невозможно определить заранее, какие конкретно лица будут выступать в качестве получателя данной информации, не может быть определен и конкретный субъект правоотношений, возникающих по поводу реализации (приобретения) объекта рекламирования. Направлена информация на привлечение внимания покупателей к объекту рекламирования (банк ПАО «Норвик Банк» (<...>), платежная система <...>и стимулирующее мероприятие - Акция «Вбросить шайбу на Матче Звёзд КХЛ 2017 – бесценно»).

Используя в рекламе такие фразы, как: «с 1 числа начинается огромная общестрановая акция<...>, в которой, вы можете, рассчитываясь картой, регистрировать чеки на промо сайте, набирать определенные баллы и вы можете выиграть главный приз – поездку на матч континентальной хоккейной лиги; уже можете начинать все это делать. Берите карту, рассчитывайтесь картой, регистрируйте чеки, там еще куча вспомогательных призов; А идти за карточкой <...> <...>можно уже сейчас? Да, можно сейчас. Вот слушайте передачу, передача закончится, и до ближайшего офиса <...>банк; Вы ни в чем не проиграете, а только выиграете.» рекламодатель способствует формированию интереса к рекламируемым услугам (финансовым услугам ПАО «Норвик Банк» и Акции от ПАО «Норвик Банк» совместно с <...>) и их продвижению на рынке, и по своему содержанию является рекламой.

В этой связи Комиссия Кировского УФАС России приходит к выводу о том, что указанная радиопередача не может быть признана исключительно редакционным материалом (интервью), поскольку содержит сведения рекламного характера.

Согласно ч. 1 ст. 9 Федерального закона «О рекламе» в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее – стимулирующее мероприятие), должны быть указаны сроки проведения такого мероприятия.

В рекламной информации упоминается стимулирующее мероприятие, проводимое <...> совместно с ПАО «Норвик Банк» (<...>Банк): «<...>.... Розанов: ...кстати говоря, с 1 числа начинается огромная общестрановая акция <...>, в которой, вы можете, рассчитываясь картой, регистрировать чеки на промо сайте, набирать определенные баллы и вы можете выиграть главный приз – поездку на матч континентальной хоккейной лиги. <...>: Ух-ты. <...>: Да, причем не просто поездку,

это будет целая, ну скажем так, программа, целый сюрприз для вас. То есть это будет посещение собственно самой игры, да какая-то и еще околоспортивная программа, то есть это не просто билет на игру. <...>: Где конкретно игра пройдет? <...>: Я щас точно не могу сказать, потому что там игр-то много, призов много, то есть для каждого клиента будет выбрана какая-то игра, на которую ему будет удобно посетить, да. И там его, как бы, возьмут на поруки сотрудники <...>и, так сказать, устроят для него маленький хоккейный праздник. <...>: С первого октября, да, вы говорили? <...>: Да, с первого октября, стартует эта акция. Уже можете начинать все это делать. Берите карту, рассчитывайтесь картой, регистрируйте чеки, там еще куча вспомогательных призов. Эта акция поддерживается различными торговыми предприятиями, включая, <...>, то есть там без призов, ну, каждому, может быть, не достанется, но наиболее активные точно получают там какие-то привилегии, ну а самый главный приз – это, конечно, вот это вот незабываемое путешествие – окунуться в хоккейный мир, то есть пообщаться с игроками, да, иметь возможность лично сделать селфи со звездами КХЛ. Я думаю, для людей, которые любят хоккей, болеют хоккеем – это бесценно <...> <...>: Спасибо за этот компетентный разговор.<...>».

Согласно Правилам проведения и условиям участия в Акции «Вбросить шайбу на Матче Звёзд КХЛ 2017 – бесценно», организатором которого является ООО «ТМА Маркетинг Сервисез», (информатором указанного мероприятия согласно клиентскому договору № DL073659, вступившему силу с 01.07.2016, является ПАО «Норвик Банк»), а именно, пункту 2, 3 принять участие в акции могут держатели карт <...>с 01.10.2016 г. – 30.11.2016 г. Общий срок с 01.10.2016 по 31.05.2017.

На основании изложенного, Кировское УФАС России приходит к выводу, что рекламируемое мероприятие по своей природе и сущности является стимулирующим мероприятием, а, следовательно, реклама такого мероприятия должна соответствовать требованиям части 1 статьи 9 Федерального закона «О рекламе», то есть требованиям об указании на сроки его проведения.

Установлено, что в конце радиопередачи после музыкального проигрыша указана информация: «ПАО «Норвик Банк», информация об организаторе мероприятия и правилах его проведения, количестве призов, сроках, месте и порядке их получения можно узнать в любом офисе банка, на сайте или по телефону 8 800 <...>», то есть требования ч. 2 ст. 9 Федерального закона «О рекламе» соблюдены.

ПАО «Норвик Банк» (<...>Банк) привлекает внимание к участию в акции и розыгрышу призов, обозначенных в рекламе. При этом в спорной рекламе была указана лишь дата начала акции (01.10.2016), но не весь срок проведения стимулирующего мероприятия.

Таким образом, размещение рекламы без указания такого периода фактически лишает лицо, воспринимающее данную рекламу, информации, необходимой для участия в акции.

В связи с чем, сведения до потребителя рекламы доведены не в надлежащей форме и могут привести к утрате важной для потенциального участника стимулирующего мероприятия информации.

Представитель ООО «ИнтерМедиа» <...>. пояснил, что в рекламной информации речь шла об Акции от <...>, условием которого было не приобретении товара или

продвижения его на рынке, а регистрация чеков, соответственно акция не является стимулирующим мероприятием. Довод ООО «ИнтерМедиа» не может быть принят во внимание Кировским УФАС России на основании следующего. Из ст. 9 Федерального закона «О рекламе» следует, что стимулирующее мероприятие - это конкурс, игра или иное подобное мероприятие, условием участия в которых является приобретение определенного товара. Гость передачи «<...><...>» в рекламной информации говорил: «Да, с первого октября, стартует эта акция. Уже можете начинать все это делать. Берите карту, рассчитывайтесь картой, регистрируйте чеки, там еще куча вспомогательных призов. <...> А идти за карточкой <...>можно уже сейчас? - Да, можно сейчас. Вот слушайте передачу, передача закончится, и до ближайшего офиса <...>банк; Вы ни в чем не проиграете, а только выиграете», из чего можно сделать вывод, что участвовать в данной акции можно только имея карту, которую можно получить в офисе Вятка Банка (ПАО «Норвик Банк»). В п. 27 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда РФ от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" уточнено, что ст. 9 Федерального закона «О рекламе» применяется к стимулирующим мероприятиям, которые проводятся на конкурсной основе с розыгрышем призов или получением выигрышей. Указанная реклама содержит информацию о розыгрыше различных призов, в том числе главного приза - поездки на матч континентальной хоккейной лиги, то есть в данном случае у потребителей имеется возможность получения выигрыша. Условия, указанные в рекламе, подтверждаются Правилами проведения и условиями участия в Акции «Вбросить шайбу на Матче Звезд КХЛ 2017 – бесценно».

Таким образом, акция направлена на стимулирование потребителей к приобретению кредитных карт <...>в ПАО «Норвик Банк» с возможностью получения выигрыша, следовательно, можно сделать вывод о том, что в данном случае товар, необходимый к приобретению, был достаточно определен, чтобы рекламируемое мероприятие считалось стимулирующим.

На основании изложенного, Кировское УФАС России делает вывод, что спорная рекламная информация, транслировавшаяся 10 октября 2016 в 14:35 в радиопередаче «Наши деньги», специализирующейся на сообщениях и материалах рекламного характера, на радио «<...>» на частоте <...>.0 МГц., не соответствует требованиям ч. 1 ст. 9 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований ч. 1 ст. 9 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель и рекламораспространитель.

Из документов, представленных в материалы дела, а именно: Устава редакции средства массовой информации «Радио «<...>», утвержденного генеральным директором ООО «ИнтерМедиа», свидетельства о регистрации средства массовой информации «Радио «<...>» Эл № ТУ43-<...>от 19.03.2015, лицензии на осуществление радиовещания РВ № <...>от 27.04.2015, выданной ООО «ИнтерМедиа», договора № 45/1 от 23.05.2016, заключенного между ПАО «Норвик Банк» (заказчик) и ООО «ИнтерМедиа» (исполнитель, изготовитель), платежного поручения № 4414 от 12.10.2016., счета на оплату № 8/33 от 27.09.2016, акта № 8/33 от 31.10.2016 на участие в радиопередаче в эфире радиопрограммы «Радио «<...>» в октябре 2016, а также объяснений представителя ООО «ИнтерМедиа» следует, что рекламораспространителем является ООО «ИнтерМедиа», распространившее

спорную рекламную информацию.

Таким образом, действия ООО «ИнтерМедиа», выразившиеся в распространении спорной рекламной информации, не соответствуют требованиям ч. 1 ст. 9 Федерального закона «О рекламе».

Кировское УФАС России считает, что нарушение рекламного законодательства произошло по вине ООО «ИнтерМедиа».

Указанный факт нарушения законодательства РФ о рекламе в полном объеме подтверждается имеющимися материалами и решением по делу № 75/04-16р.

Согласно ч. 1 ст. 4.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) 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 10.10.2016 (дата транслирования ненадлежащей рекламы в радиопередаче «<...>» на Радио «<...>»).

Ответственность за вышеуказанное нарушение законодательства РФ о рекламе предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ. В соответствии данной нормой, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем 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.

Событием административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ является установленный факт нарушения законодательства РФ о рекламе в действиях ООО «ИнтерМедиа», выразившийся в распространении ненадлежащей рекламы, в которой шла речь о платежной системе <...> и стимулирующем мероприятии - Акция «Вбросить шайбу на Матче Звёзд КХЛ 2017 – бесценно», которая не соответствует требованиям ч. 1 ст. 9 Федерального закона «О рекламе», поскольку в рекламе отсутствовала информация о сроках проведения стимулирующего мероприятия.

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

Объективной стороной административного правонарушения являются действия ООО «ИнтерМедиа» по распространению ненадлежащей рекламы, в которой шла речь о платежной системе <...> и стимулирующем мероприятии - Акция «Вбросить шайбу на Матче Звёзд КХЛ 2017 – бесценно» на радио «<...>» в радиопередаче «<...>», в нарушение ч. 1 ст. 9 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 «ИнтерМедиа», которое распространило спорную рекламу.

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 «ИнтерМедиа» имелась возможность для соблюдения требований ч. 1 ст. 9 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 «ИнтерМедиа».

Место и время совершения административного правонарушения: территория распространения вещания Радио «Киров Град»: г. Киров, Кировская область (согласно Свидетельству о регистрации СМИ Эл № ТУ43-00549); дата транслирования рекламы в радиопередаче «Наши деньги» – 10.10.2016.

В ходе рассмотрения дела были исследованы все обстоятельства совершенного нарушения законодательства РФ о рекламе. Факты, изложенные в протоколе № 53р-17/75-04-16р от 29.06.2017 об административном правонарушении, подтверждаются в полном объеме материалами дела № 75/04-16р.

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.

Таким образом, совершенные юридическим лицом ООО «ИнтерМедиа» действия по распространению рекламы 10.10.2016 в 14:35 в радиопередаче «<...>» на радио «<...>» на частоте <...>.0 МГц. (стенография от 09.12.2016), в которой шла речь о платежной системе <...> и стимулирующем мероприятии - Акция «Вбросить шайбу

на Матче Звёзд КХЛ 2017 – бесценно», поскольку в ней отсутствовала информация о сроках проведения стимулирующего мероприятия нарушают ч. 1 ст. 9 Федерального закона «О рекламе» и содержат состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

О дате, месте и времени рассмотрения протокола юридическое лицо – ООО «ИнтерМедиа» извещено надлежащим образом. На рассмотрении протокола присутствовал представитель по доверенности № б/н от 01.04.2017 от ООО «ИнтерМедиа» <...>.

Протокол рассмотрен в присутствии представителя по доверенности № б/н от 01.04.2017 <...>.

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 «ИнтерМедиа» от административной ответственности ввиду малозначительности в соответствии со ст. 2.9 КоАП РФ отсутствуют. В данном случае несоответствие рекламы требованиям законодательства о рекламе нарушает права и законные интересы потребителей на получение надлежащей рекламы, что представляет собой существенную угрозу охраняемым правом общественным интересам.

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 «ИнтерМедиа» 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 статьями 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 – ООО «ИнтерМедиа» (<...>) виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.
2. Применить к ООО «ИнтерМедиа» (<...>) 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 управления -

начальник отдела товарных рынков

и естественных монополий

<...>

<...>