

о назначении административного наказания

«21» июня 2016 г.

г. Новосибирск

Заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы И.В. Волохина, рассмотрев протокол № 06-34/16 от 07.06.2016 г. об административном правонарушении и материалы административного дела, возбужденного в отношении ООО «Фортуна» (ОГРН: 1115476071149; ИНН/КПП: 5404439836/540401001; юридический адрес: 630078, г.Новосибирск, ул. Блюхера, д. 19; фактический адрес: 630087, г.Новосибирск, ул. Новогодняя, д. 24/2; дата регистрации юридического лица: 16.06.2011г.), по факту совершения административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ,

в присутствии: директора ООО «Фортуна» - Б<...> (паспорт),

УСТАНОВИЛ:

В адрес Новосибирского УФАС России поступили заявления физических лиц (вх. № 269э от 25.01.2016г., № 608 от 27.01.2016г., № 1330 от 16.02.2016г., № 1440 от 19.02.2016г.) по факту распространения в городе Новосибирске (в лифтах жилых домов по следующим адресам: ул. Лежена, д. №№ 23, 25, 27, 29, 31; пр. Дзержинского, д. № 1/1; ул. Кропоткина, д. № 132/1; по ул. Новогодняя, д. № 24/2) рекламы квеста «iLocked» следующего содержания: *«iLocked я хочу сыграть с тобой в игру, правила очень просты, выживи или умри (383) 299-00-59, Вокзальная магистраль, 11, www.ilocked.ru»*, с изображением белой маски с красными глазами.

Как указано в заявлении № 269э от 25.01.2016г., согласно заключенному договору в лифтах домов Лежена, 23, 25, 27, 29 и 31, обслуживаемых ТСН «Лада» размещается реклама распространителем ООО «Фортуна» (ИНН 5404439836). Данное рекламное изображение, согласно заявлению, вызывает страх и ужас у детей. Из-за боязни дети отказываются ездить в лифте, плохо спят ночью, стали бояться темноты.

Рекламодатель и рекламораспространитель отказались добровольно снять рекламу, ссылаясь на то, что руководство находится на новогодних праздниках, и все вопросы будут решаться после 11.01.2016г. Однако и после 11.01.2016г. данная реклама не была снята.

В соответствии с п.1 ст.3 Закона «О рекламе», реклама - 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.

Объектом рекламирования может быть 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.

Исходя из способа, формы, распространения, оформления, содержания вышеуказанной информации, она адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, способствует формированию интереса к рекламируемому товару и его продвижению на рынке.

Следовательно, рассматриваемая информация является рекламой по смыслу п.1 ст.3 Закона «О рекламе». Объектом рекламирования выступает услуга по организации ролевой игры – квеста «iLocked».

В силу ст. 14 Федерального закона от 24.07.1998 N 124-ФЗ «Об основных гарантиях прав ребенка» органы государственной власти Российской Федерации принимают меры по защите ребенка от информации, пропаганды и агитации, наносящих вред его здоровью, нравственному и духовному развитию.

Согласно п.1 ст. 4 Федерального закона от 24.07.1998 N 124-ФЗ «Об основных гарантиях прав ребенка», целями государственной политики в интересах детей являются, в том числе,

- содействие физическому, интеллектуальному, психическому, духовному и нравственному развитию детей, воспитанию в них патриотизма и гражданственности, а также реализации личности ребенка в интересах общества и в соответствии с не противоречащими Конституции Российской Федерации и федеральному законодательству традициями народов Российской Федерации, достижениями российской и мировой культуры;

- защита детей от факторов, негативно влияющих на их физическое, интеллектуальное, психическое, духовное и нравственное развитие.

В соответствии с ч.10.2 ст.5 Федерального закона «О рекламе» не допускается распространение рекламы, содержащей информацию, запрещенную для распространения среди детей в соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", в предназначенных для детей образовательных организациях, детских медицинских, санаторно-курортных, физкультурно-спортивных организациях, организациях культуры, организациях отдыха и оздоровления детей или на расстоянии менее чем сто метров от границ территорий указанных организаций.

Согласно п.2 ч.3 ст. 5 Федерального закона от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», к информации, распространение которой среди детей определенных возрастных категорий ограничено, относится информация вызывающая у детей страх, ужас или панику, в том числе представляемая в виде изображения или описания в унижающей человеческое достоинство форме ненасильственной смерти, заболевания, самоубийства, несчастного случая, аварии или катастрофы и (или) их последствий.

Использованный при этом союз "в том числе" сообщает о том, что возможны и другие формы представления данной информации.

К «информации устрашающего характера» относится информация, способная

вызвать появление у детей повторяющихся страхов, паники или внушающая им ужас, включая устрашающее описание или изображение потусторонних сил, вымышленных существ и т.д.

Согласно ч. 11 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

Изображенная на рекламе маска является персонажем, заимствованным из художественного фильма «Пила» (серия фильмов, связанных общей тематикой). Данный фильм относится к жанру фильма ужасов (ужасы, триллер, криминал, детектив) и имеет возрастной рейтинг «18+» (<http://www.kinopoisk.ru/film/64187/>, <http://www.kinopoisk.ru/film/86206/>).

На сайте компании «iLocked» (<http://nsk.ilocked.ru/>), на странице, посвященной квесту «Пила», стоит ограничение доступа для лиц, не достигших возраста 18 лет. Следовательно, данная игра не предназначена для несовершеннолетних.

Поскольку рассматриваемая реклама размещается в лифтах жилых домов, следовательно, она доступна для обозрения неопределенного круга лиц, всех жителей данных домов, в том числе и детей.

Согласно информации, представленной заявителями, размещением рекламы в лифтах домов, указанных в заявлениях, занимается ООО «Фортуна» (ИНН 5404439836).

ООО «Фортуна» в адрес Новосибирского УФАС России представлены документы, согласно которым, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП Деговцев Павел Витальевич (ИНН 540957143774). Рассматриваемая реклама размещалась ООО «Фортуна» по заказу ИП Деговцева П.В., на основании договора на оказание рекламных информационных услуг № 268/р от 10.12.2015г. Срок размещения рекламы, согласно Приложению № 1 к договору № 268/р от 10.12.2015г., 1 месяц – с 01.01.2016г. по 31.01.2016г.

05.04.2016г. на рассмотрении дела Комиссией Новосибирского УФАС России, представитель ООО «Фортуна» были приобщены следующие документы: Правила пользования пассажирским лифтом (ТСЖ «Лежена, 17»), фотоизображение рассматриваемой рекламы с заклеенной частью с изображением маски; распечатка с сайта https://ru.wikipedia.org/wiki/Пила:_Игра_на_выживание (стр.1, 5) – Статья о художественном фильме «Пила: Игра на выживание»; Распечатки с информационной сети Интернет с изображением постеров и информации о художественном фильме «Пила».

В устных пояснениях, представитель ООО «Фортуна» пояснил, что рекламный макет был предоставлен рекламодателем (ИП Деговцевым П.В.) и был утвержден ООО «Фортуна».

Изображение, используемое в рекламе, заимствованы с художественного фильма, разрешенного к показу в Российской Федерации. На афишах кинофильма, размещенных по всей России, во время показа данных фильмов, изображалась

такая же маска, как в рассматриваемой рекламе. Следовательно, рассматриваемое изображение, по мнению представителей ООО «Фортуна», не несет в себе негативной информации, и не нарушает законодательство РФ.

Также представитель ООО «Фортуна» пояснил, что в некоторых подъездах, по просьбам жителей, обществом было заклеено рассматриваемое изображение.

Заявителем, Карабиной М.А. в устной форме было сделано возражение против приобщения правил пользования лифтом, так как оно не относится к рассматриваемому делу. Данные правила регулируют правила пользования лифтом, как средством для перемещения между этажами, и в данных правилах не указано, что в лифте распространяется та или иная реклама, содержащая информацию, способную нанести вред психологическому развитию ребенка, ввиду чего, пользование лифтом детей допустимо только в сопровождении родителей.

Также заявитель возражает против доводов ООО «Фортуна» о приобщении рекламных плакатов фильма "Пила" в материалы дела, поскольку данное обстоятельство также не относится к рассматриваемому делу. Как указывает заявитель, к просмотру в РФ допущено много фильмов, но граждане сами вправе выбирать – на какой фильм идти, а на какой нет. А реклама квеста «iLocked» размещается в лифтах жилых домов, и дети не ограждены от просмотра изображенной на ней информации.

Новосибирское УФАС России доводы ООО «Фортуна» о допущении фильма «Пила» к показу на территории РФ и размещении рекламных постеров данного фильма в кинотеатрах не принимает по следующим основаниям.

Постеры (афиши) фильма «Пила» размещались в связи с выходом художественного фильма на экраны кинотеатров, в 2004-2005 годах. На киноафишах указывается возрастная категория лиц, для которых данный фильм допущен к просмотру.

Рассматриваемая же реклама размещается в общественном лифте жилого дома, доступ к которому имеют как взрослые, так и дети. Следовательно, негативная информация, в виде изображения маски с красными глазами, а также фразой «я хочу сыграть с тобой в игру, правила очень просты, выживи или умри», не может не восприниматься детьми, пользующимися лифтом, что может негативно сказаться на психологическом развитии детей. О негативных последствиях восприятия детьми данной информации свидетельствуют обстоятельства, изложенные в заявлениях, а именно, что из-за боязни данной рекламы дети отказываются ездить в лифте, плохо спят ночью, стали бояться темноты, изображение на данной рекламе вызывает у детей негативные эмоции, страх и способно вызывать нервные расстройства.

Таким образом, учитывая обстоятельства, указанные в заявлениях, в рассматриваемой рекламе имеется нарушение ч.10.2 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со ст.38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение ч.10.2 ст.5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

Рекламораспространитель, согласно ст.3 Федерального закона «О рекламе» - это лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Исходя из материалов дела, рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ООО «Фортуна» (ИНН 5404439836, юридический адрес: 630078, г.Новосибирск, ул. Блюхера, д. 19; фактический адрес: 630087, г.Новосибирск, ул. Новогодняя, д. 24/2). Следовательно, в действиях ООО «Фортуна» содержится нарушение ч. 10.2 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно п.4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Решением по делу № 28/16 Комиссии Новосибирского УФАС России ООО «Фортуна» признано нарушившим ч.10.2 ст.5 Федерального закона «О рекламе», согласно которой не допускается распространение рекламы, содержащей информацию, запрещенную для распространения среди детей в соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", в предназначенных для детей образовательных организациях, детских медицинских, санаторно-курортных, физкультурно-спортивных организациях, организациях культуры, организациях отдыха и оздоровления детей или на расстоянии менее чем сто метров от границ территорий указанных организаций.

В соответствии с ч. 4 ст. 38 Федерального закона «О рекламе», нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с [ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВОМ](#) Российской Федерации об административных правонарушениях.

Дата обнаружения административного правонарушения – январь 2016г.

Место совершения административного правонарушения – г. Новосибирск.

Согласно ч. 1 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях, нарушение рекламоделателем, 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 юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тыс. рублей.

Срок давности привлечения ООО «Фортуна» к административной ответственности, установленный статьей 4.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях на момент вынесения настоящего постановления не истек.

Рассмотрев материалы дела, учитывая характер правонарушения, финансовое положение лица, наличие смягчающих обстоятельств: нарушение совершено впервые и устранено, а так же отсутствие отягчающих обстоятельств, установленных ст. 4.3 КоАП РФ, руководствуясь статьями 14.3, 23.48 Кодекса РФ об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать ООО «Фортуна» (ОГРН: 1115476071149; ИНН/КПП: 5404439836/540401001; юридический адрес: 630078, г.Новосибирск, ул. Блюхера, д. 19; фактический адрес: 630087, г.Новосибирск, ул. Новогодняя, д. 24/2; дата регистрации юридического лица: 16.06.2011г.) виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.
2. Применить к ООО «Фортуна» меру ответственности в виде административного штрафа в размере 100 000 (сто тысяч) рублей.
3. Согласно части 1 статьи 32.2 Кодекса РФ об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях на р/с 40101810900000010001 в Сибирском ГУ банка России, г. Новосибирск, БИК 045004001, ОКТМО 50701000, получатель: УФК РФ по Новосибирской области (Новосибирское УФАС России), ИНН 5405116098 / КПП 540501001, код БК 161 1 16 26000 01 6000 140, УИН: 0319806761062100000473675; назначение платежа: административный штраф за нарушение законодательства о рекламе.

Постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в соответствии со статьями 30.1-30.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

В соответствии со статьей 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.

Неуплата административного штрафа в срок, предусмотренный настоящим Кодексом, в соответствии со ст. 20.25 Кодекса РФ об административных правонарушениях 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.

Заместитель руководителя управления –

начальник отдела рекламы
Волохина

И.В.