

# ПОСТАНОВЛЕНИЕ

## о наложении штрафа по делу

### об административном правонарушении № 7-Р-17

02 февраля 2017 года

г. Липецк

Резолютивная часть постановления объявлена 02 февраля 2017 года

Постановление в полном объеме изготовлено 02 февраля 2017 года

Я, заместитель руководителя управления-начальник отдела защиты конкуренции Липецкого УФАС России Дмитрий Алексеевич Шелестенко, рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении № 7-Р-17, возбужденного в отношении главного редактора журнала «Липецкая газета: итоги недели» ОБУ ИД «Липецкая газета» <...> (далее - <...>) по ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ),

#### УСТАНОВИЛ:

В Липецкое УФАС России поступило заявление Липецкой торгово-промышленной палаты о том, что в информационно-аналитическом еженедельном журнале «Итоги недели» №18 /400/ 09.05-15.05 /2016/ распространяется информация в виде статьи корреспондента <...> на стр. 16-17: «ИЩИТЕ СПРАВЕДЛИВОСТЬ В ТРЕТЕЙСКОМ СУДЕ».

Данная информация содержит признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе).

Согласно Свидетельству о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ 48-000172 от 27.01.2012, выданного Роскомнадзором, учредителем журнала «Липецкая газета: итоги недели» является Областное бюджетное учреждение «Издательский дом «Липецкая газета» (398005, г. Липецк, ул. Московская, дом 83). Данное средство массовой информации является информационно-аналитическим изданием. Объем рекламы не может превышать 40 %.

Согласно п. 1 ч.1 ст. 3 Закона 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.

В соответствии с п. 2 ч. 1 ст. 3 Закона о рекламе 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.

п. 3 ч. 1 ст. 3 Закона о рекламе гласит, что товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно Свидетельству о регистрации СМИ, территорией распространения информационно-аналитического еженедельного журнала «Итоги недели» является Липецкая область.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе, реклама должна быть адресована неопределенному кругу лиц. Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Таким образом, информация в виде статьи корреспондента Ольги Головиной: «ИЩИТЕ СПРАВЕДЛИВОСТЬ В ТРЕТЕЙСКОМ СУДЕ», размещенная на стр. 16-17 информационно-аналитического еженедельного журнала «Итоги недели» доводятся до неопределенного круга лиц, направлены на выделение товара, а именно услуг Первого Третейского Арбитражного суда Липецкой области, привлечение внимания потребителей к данному суду, формирование и поддержание их интереса к оказываемым услугам, что, в свою очередь, способствует их продвижению на рынке.

В соответствии с пунктом 3 части 2 статьи 2 Закона о рекламе, данный закон не распространяется на справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой.

Аналитический материал по своей сути представляет информационный блок, состоящий из описания исследования какого-либо факта, процесса, явления путем логических приемов, обоснованных выводов и прогнозов, характерных для совокупности товаров. При этом такой материал содержит в себе направленность на обзор опыта либо исторического развития сегмента, но не конкретного субъекта, в частности, с использованием приемов анализа и верифицированного сравнения.

В то же время, информация рекламного характера по своему содержанию и структуре преимущественно привлекает внимание читателя к определенному товару, в ущерб информации об иных участниках рынка, товарах, выделяет их на фоне остальных. Такая реклама направлена на продвижение на рынке конкретных, определенных товаров и не относится к справочно-информационным, аналитическим материалам, имеющим основной целью информационный обзор.

Информационные материалы (статьи, публикации и т.п.) о состоянии определенного товарного рынка, в которых внимание читателя преимущественно привлекается к какому-либо товару, которые содержат сведения, формирующие или поддерживающие интерес к данному товару, в ущерб информации об иных участниках рынка, товарах, и направленные на продвижение на рынке конкретного товара, могут рассматриваться в качестве рекламы этого товара. На такие материалы распространяются требования Закона о рекламе.

Информация на странице 16-17 информационно-аналитического еженедельного журнала «Итоги недели» №18 /400/ 09.05-15.05 /2016/ содержит следующие сведения: информационный материал под заголовком «ИЩИТЕ СПРАВЕДЛИВОСТЬ В ТРЕТЕЙСКОМ СУДЕ», текст с преимуществами обращения граждан в Первый Арбитражный третейский суд Липецкой области, изображение судьи в судейской мантии и Государственного герба Российской Федерации с надписью «Арбитражный процессуальный кодекс». Сообщение подобных сведений безусловно создает у заинтересованного потребителя интерес к рекламируемому товару.

Следует отдельно отметить тот факт, что описание деятельности Первого Арбитражного третейского суда Липецкой области изложено исключительно в позитивной манере, отсутствует указание на недостатки товара, что исключает объективный характер спорных материалов, который присущ справочно-информационным и аналитическим материалам.

На основании изложенного, можно сделать вывод о том, что рассматриваемая информация о Первом Арбитражном третейском суде является рекламой.

В соответствии со статьей 36 Закона Российской Федерации от 27 декабря 1991 года № 2124-1 «О средствах массовой информации», распространение рекламы в средствах массовой информации осуществляется в порядке, установленном законодательством Российской Федерации о рекламе.

В соответствии со статьей 16 Закона о рекламе, размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы». Объем рекламы в таких изданиях должен составлять не более чем сорок процентов объема одного номера периодических печатных изданий.

В рекламе Первого Арбитражного третейского суда Липецкой области в информационно-аналитическом еженедельном журнале «Итоги недели» №18 /400/ 09.05-15.05 /2016/ отсутствуют пометки «реклама» или «на правах рекламы».

Согласно п. 4 ч.1 ст. 3 Закона о рекламе ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям Законодательства Российской Федерации.

В соответствии с п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно части 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных статьей 16 Закона о рекламе, несет

рекламораспространитель.

Согласно положениям статьи 2 Закона Российской Федерации от 27 декабря 1991 года № 2124-1 «О средствах массовой информации», под распространителем понимается лицо, осуществляющее распространение продукции средства массовой информации по договору с редакцией, издателем или на иных законных основаниях.

Рекламораспространителем является лицо, осуществляющее фактическое доведение объекта рекламирования до сведения потребителя, т.е. Областное бюджетное учреждение «Издательский дом «Липецкая газета» (398005, г. Липецк, ул. Московская, дом 83).

В соответствии с указанными выше фактами, реклама, распространяемая в информационно-аналитическом еженедельном журнале «Итоги недели» №18 /400/ 09.05-15.05 /2016/ в виде статьи корреспондента <...> на стр. 16-17: «ИЩИТЕ СПРАВЕДЛИВОСТЬ В ТРЕТЕЙСКОМ СУДЕ», содержит признаки нарушения статьи 16 Федерального закона «О рекламе», т. к. размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должна сопровождаться пометкой "реклама" или пометкой "на правах рекламы", однако такая пометка отсутствует.

В ходе рассмотрения дела, было установлено наличие признаков нарушения пункта 8 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

В соответствии с п. 8 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о правах на использование официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов) и символов международных организаций.

Представители ОБУ «ИД «Липецкая газета» пояснили, что готовый макет рекламы (с изображениями) не согласовывался с рекламодателем.

Согласно п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Исходя из материалов дела, рекламопроизводителем спорной рекламы является ОБУ «ИД «Липецкая газета».

В соответствии с ч. 8 ст. 38 Закона о рекламе рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в [частях 6](#) и [7](#) настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Решением Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области от 23 августа 2016 г. по делу № 12 признано наличие нарушения п. 8 ч. 3 ст. 5, ст. 16 Закона о рекламе в рекламе, распространявшейся в информационно-аналитическом еженедельном журнале «Итоги недели» №18 /400/ 09.05-15.05 /2016/ на стр. 16-17: «ИЩИТЕ СПРАВЕДЛИВОСТЬ В ТРЕТЕЙСКОМ СУДЕ», рекламораспространителем и рекламопроизводителем которой является ОБУ «ИД «Липецкая газета».

Частью 4 статьи 38 Закона о рекламе установлено, что нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ 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.

Согласно Должностной инструкции главного редактора редакции журнала «Липецкая газета: итоги недели» главный редактор принимает окончательное решение в отношении производства и выпуска журнала «Липецкая газета: итоги недели».

Кроме того, главный редактор несет ответственность за содержание, художественный уровень журнала «Липецкая газета: итоги недели», а также за достоверность публикуемых в нем сведений в соответствии с требованиями законодательства РФ.

Главным редактором журнала «Липецкая газета: итоги недели» является <...>.

Таким образом, Согласно указанному выше, <...> совершила административное правонарушение, наказание за которое предусмотрено ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Объектом рассматриваемого правонарушения является установленный порядок управления, в частности, в сфере государственного контроля и надзора.

Объективная сторона состоит в нарушении установленных рекламным законодательством норм и заключается в том, что <...> нарушила п. 8 ч. 3 ст. 5, ст. 16 Закона о рекламе.

Субъект – главный редактор журнала «Липецкая газета: итоги недели» <...>.

Субъективная сторона выражается в форме неосторожности, так как <...> должна была знать и соблюдать рекламное законодательство, однако допустила нарушение.

Место совершения административного правонарушения – г. Липецк.

Время совершения административного правонарушения - 09.05.2016-15.05.2016.

27.01.2017г. на процедуру составления протокола об административном правонарушении явилась главный редактор журнала «Липецкая газета: итоги недели» ОБУ ИД «Липецкая газета» <...>.

02.02.2017 г. в ходе рассмотрения дела об административном правонарушении <...>

> пояснила, что в рабочем варианте пометка «на правах рекламы» была, однако пропала по технической ошибке. главный редактор журнала «Липецкая газета: итоги недели» ОБУ ИД «Липецкая газета» вину признала.

В соответствии с ч. 1 ст. 3.1 КоАП РФ, административное наказание является установленной государственной мерой ответственности за совершение административного правонарушения и применяется в целях предупреждения совершения новых правонарушений, как самим правонарушителем, так и другими лицами.

В силу ч. ч. 1, 3 ст. 4.1 КоАП РФ административное наказание за совершение административного правонарушения назначается в пределах, установленных законом, предусматривающим ответственность за данное административное правонарушение, в соответствии с настоящим Кодексом.

Статьей 24.1 КоАП РФ предусмотрено, что задачами производства по делам об административных правонарушениях являются всестороннее, полное, объективное и своевременное выяснение обстоятельств каждого дела, разрешение его в соответствии с законом, обеспечение исполнения вынесенного постановления, а также выявление причин и условий, способствовавших совершению административных правонарушений.

Согласно п. 4 ст. 26.1 КоАП РФ по делу об административном правонарушении подлежат выяснению обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Учитывая характер совершенного главного редактора журнала «Липецкая газета: итоги недели» ОБУ ИД «Липецкая газета» <...> административного правонарушения, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, обстоятельства, отягчающие административную ответственность, руководствуясь ст. 3.2, 3.5, 4.2, 4.3, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

### **ПО С Т А Н О В И Л:**

Признать главного редактора журнала «Липецкая газета: итоги недели» ОБУ ИД «Липецкая газета» <...> виновной в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, и назначить наказание в виде административного штрафа в размере **4 000 (четырёх тысяч) рублей.**

В соответствии с ч. 1 статьи 32.2 КоАП РФ административный штраф должен быть уплачен **не позднее 60 дней** со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьёй 31.5 КоАП РФ.

В соответствии с ч. 5 ст. 3.5 КоАП сумма административного штрафа подлежит

зачислению в бюджет в полном объеме. Сумму штрафа за нарушение антимонопольного законодательства надлежит уплатить по следующим реквизитам:

**УФК по Липецкой области (Липецкое УФАС России л/с № 04461056940);**

**БИК 044206001**

**р/с 40101810200000010006 в ГРКЦ ГУ Банка России по Липецкой области**

**ИНН 4826018513**

**КПП 482601001**

**ОКТМО 42701000**

**КБК 16111626000016000140**

**(УИН: 0319806384020300000687828)**

Заверенную копию документа, подтверждающую уплату штрафа, лицо, привлечённое к административной ответственности, направляет должностному лицу, вынесшему постановление, по адресу: 398050, г. Липецк, пл. Плеханова, д. 1, каб. 515а.

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП РФ неуплата административного штрафа в срок влечёт наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа.

В соответствии частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении, вынесенное должностным лицом в отношении юридического лица, может быть обжаловано в арбитражный суд в соответствии с арбитражным процессуальным законодательством в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1 КоАП РФ 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.

