

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о вынесении предупреждения по делу № 151р-17/58-04-2017р

об административном правонарушении

«27» ноября 2017 г.

г. Киров

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области <...>, рассмотрев протокол № 151р-17/58-04-2017р от 26.10.2017 года, составленный <...> – начальником отдела финансовых рынков и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области в отношении юридического лица акционерного общества «Телекомпания «9 канал» (Юридический адрес: 610020, г. Киров, ул. <...>, д. <...>; ИНН <...>; КПП <...>; ОГРН <...>, регистрационный номер <...> присвоенный до 1 июля 2002 г.: 1328; законный представитель – <...> генеральный директор), в связи с нарушением ч. 1 ст. 14 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 № 58/04-2017р (резольютивная часть оглашена 21 августа 2017 года; в полном объеме изготовлено – 31 августа 2017 года) признан ненадлежащей распространенная в эфире телеканала «9 канал - Киров» на территории Кировской области 16.06.2017г. периоды с 00 часов 43 минут по 00 часов 46 минут, с 09 часов 1 минут по 09 часов 16 минут, с 18 часов 42 минут по 18 часов 45 минут во время трансляции телепередачи «Давеча» реклама, так как она противоречит требованиям части 1 статьи 1 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Нарушение заключается в следующем.

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области Управление Роскомнадзора по Кировской области были направлены материалы, по факту распространения АО «Телекомпания «9 канал», являющегося вещателем средства массовой информации (СМИ) «9 канал - Киров», рекламной информации в отсутствие предварительного сообщения последующей трансляции рекламы при трансляции телепередачи «Давеча» 16.06.2017.

В соответствии с п. п. 1, 2, 3 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» рекламой признается информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания объекта рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке; объектом рекламирования является 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 направлен реклама; товар - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Федерального закона «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Из анализа положений пункта 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» следует, что

реклама призвана быть убеждающей по своему характеру с тем, чтобы привлечь внимание новых потребителей к товару (работе, услуге) - объекту рекламирования, сформировать положительное представление о нем (о них) и необходимое рекламодателю для продвижения товара (работы, услуги) позитивное отношение к нему (к ним). Признаком рекламы является способность стимулировать интерес к объекту рекламирования для продвижения его на рынке, поддержать интерес к нему и закрепить его образ в памяти потребителя.

Рекламный блок, транслировавшийся в период с 00 часов 43 минут по 00 часов 46 минут, начался с телевизионной заставки, содержащей логотип «СТС», информацию: «СМИ «9 канал Киров (88332) <...> <...>» в левом нижнем углу и в правом нижнем углу данные свидетельства регистрации СМИ. После указанной заставки следовал рекламный ролик дилерского центра «Моторавто» с изображениями автомобиля Skoda Yeti и следующим аудиосообщением:

«Вы ещё не видели Йети? Тогда приготовьтесь! Скоро они будут на каждой улице, парковке, дачах да просто везде, потому что только в июне Skoda Yeti по цене от <...> рублей с частной выгодою <...>рублей. Skoda, дилерский центр «Моторавто», 6 лет с вами на Московской <...>. Пройди бесплатный тест-драйв».

Данная информация, транслировавшаяся в эфире телеканала «9 канал - Киров», по своему содержанию является рекламой, так как содержит признаки, характеризующие ее как рекламу, а именно:

- адресована неопределенному кругу лиц, поскольку рассматриваемая информация транслировалась в эфире телеканала «9 канал - Киров», что делает ее доступной для восприятия телезрителями канала «9 канал - Киров»;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования - дилерскому центру «Моторавто», при этом в качестве объекта рекламирования также индивидуализирует конкретный товар – автомобиль Skoda Yeti;
- направлена на формирование или поддержание интереса к объекту рекламирования и его продвижению на рынке, поскольку указание наименования дилерского центра «Моторавто» совокупности с указанием адреса его местонахождения направлены на привлечение внимания потребителей, а формулировки «Пройди бесплатный тест-драйв» «с частной выгодою <...> рублей» предполагает формирование интереса к конкретному объекту рекламирования (автомобилю Skoda Yeti), что способствует его продвижению на рынке.

После указанного рекламного ролика в данном рекламном блоке также транслировались следующие ролики:

- 1) Кадры с изображением человека в машине KIA и аудиосообщение: «Ищите KIA? Езжайте прямо в «KIA Автомотор», мы на Московской, 166, напротив «Метро», телефон 523-000».
- 2) Кадры с изображением людей, выполняющих трюки на велосипедах, и аудиосообщение: «При поддержке «СТС 9 канал», «Девятка ТВ» и радио «Дача»: «Без границ», ежегодный велоконтакт. Сложные и зрелищные трюки 24 июня скейт парк за цирком. Старт в 13:00».
- 3) Аудиосообщение: «Хорошо там, где есть Радио «Дача!» с изображением логотипа радио «Дача» и телефона рекламной службы.
- 4) Видеоряд с изображением молодого человека, просматривающего ноутбук, девушки молодого человека с планшетом в руках, девушки, сидящей за персональным компьютером, девушки с мобильным телефоном в руках в сопровождении аудиосообщения: «Хочешь знать больше о жизни своего города? Читай информационный портал «Девятка.ру». Будь в центре событий, не выходя из дома: оперативные новости, достоверные комментарии, интересные спецпроекты, актуальная афиша. «Девятка.ру» - это полезная информация в новом удобном формате».

5) Кадры с изображением фрагментов телепередачи и аудиосообщение: «Журсовет новые лица, жаркие дискуссии, актуальные темы и гости, которые действительно интересны. Понедельника по среду в 19:00 – «Журсовет». Прямой эфир на телеканале Девятка ТВ».

6) Кадры с изображением фрагментов телепередачи и аудиосообщение: «Давеча актуальные и достоверные новости города 4 раза в день. Бренд, которому доверяют. Бюро новостей «Давеча»: встречаемся в 18:30 на «СТС 9 канал», а в 19:30 смотрите в высоком разрешении на «Девятка ТВ».

7) Изображение с логотипом радио «Ваня» и аудиосообщение: «Радио «Ваня». Только хиты актуальные новости, программа по заявкам «Всем привет». Радио «Ваня»: веселое радио для серьезных людей».

8) Кадры с мальчиком в военной форме, сменяющиеся заставкой с указанием в нижней части кадра сайта история.рф и с текстом аудиосообщения следующего содержания: «Памятная дата военной истории России. 18 июня. В этот день 1855 году после 9 месяцев осады двухдневной бомбардировки, французы и англичане бросились на штурм Севастополя. На Малаховом кургане русские встретили интервентов убийственным огнем. Осажденные защитники Севастополя выдержали 6 атак, штурм закончился полным провалом».

9) Кадры с изображением лесов и пожара и аудиосообщение: «Федеральное агентство лесного хозяйства и авиалесоохрана предупреждают! Запрещено выжигать сухую траву! соблюдайте правила безопасного поведения в лесу. Берегите лес от пожара! Обнаружил пожар? Звоните: <...>».

В завершении данного блока повторно транслировалась заставка с логотипом «СТС», с данным свидетельством о регистрации СМИ в правом нижнем углу и в левом нижнем углу: «СМИ «9 канал Киров (88332) <...> <...>».

Рекламный блок, транслировавшийся в период с 09 часов 13 минут по 09 часов 16 минут, начался с телевизионной заставки, содержащей логотип «СТС», информацию: «СМИ «9 канал Киров (88332) <...> <...>» в левом нижнем углу и в правом нижнем углу данные свидетельства регистрации СМИ. После указанной заставки следовал рекламный ролик передвижного контактного зоопарка «Парад обезьян» следующего содержания:

Кадры с изображением животных, находящихся в контактном зоопарке, и информацией в верхней части картинки: «с 24 мая по 16 июля», в нижней части: «В Кировском цирке контактный зоопарк. Билеты: детский – <...> руб., взрослый – <...> руб. Цена действительна на моменты выхода рекламы в эфир» и следующим аудиосообщением: «Передвижной контактный зоопарк «Парад обезьян. Для вас: уникальная коллекция обезьян, лемуруров, кенгуру-альбинос Савелий с 24 мая по 16 июля Кировском цирке».

Данная информация, транслировавшаяся в эфире телеканала «9 канал - Киров», по своему содержанию является рекламой, так как содержит признаки, характеризующие её как рекламу, а именно:

- адресована неопределенному кругу лиц, поскольку рассматриваемая информация транслировалась в эфире телеканала «9 канал - Киров», что делает её доступной для восприятия телезрителями канала «9 канал - Киров»;

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (контактному зоопарку «Парад обезьян»), так как содержит указание периода нахождения передвижного зоопарка Кировском цирке и стоимости билетов;

- направлена на формирование или поддержание интереса к объекту рекламирования и его продвижению на рынке, поскольку указываются конкретные животные, имеющиеся в данном контактном зоопарке с целью привлечения посетителей.

После указанного рекламного ролика в данном рекламном блоке также транслировались следующие ролики:

1) Кадры с изображением мебели и аудиосообщение: «Мебель со скидками до 50%. Цент мебели «Весна» на <...>».

2) Мультипликационный видеоряд в сопровождении аудиосообщения: «У моих мужчин есть любимая вещь на колесиках. У мужа дорогая, у сына – выгодная. Потому что коляску купили «Кенгуренке». Если есть у вас ребенок – приходите в «Кенгуренок».

3) Мультипликационный видеоряд в сопровождении аудиосообщения: «Это кот Рэд. РЭД/ Реально экстремально дерзкие новинки обоев в «Стройремо» на <...>».

4) Изображение товара и соответствующей цены в сопровождении аудиосообщения: «Первые, летние, ваши! Скидки в «Техпроме» до 30%. Так, холодильник «Indesit» всего 13990, смартфон Xiaomi с экраном 5 дюймов всего <...>. «Техпром».

5) Изображение товара и соответствующей цены в сопровождении аудиосообщения: «Настоящая мотокоса Maxcut MC 133: двигатель 1,8 лошадиных сил, велосипедная ручка всего 3 2990 рублей. Уже в супермаркетах «Инструмент».

6) Мужчина в кадре произносит следующий текст: «Крыша, забор, фасад достойны похвалы высших наград. «Идеал строй» - честный подрядчик. Телефон : <...>».

7) Изображение товара и соответствующей цены в сопровождении аудиосообщения: «Только в эту пятницу в «Красногорском»: чай «Lipton» <...>, огурцы 1 килограмм – <...>. Долгожданная пятница в «Красногорском»!».

8) Нарисованные изображения людей, изображения очков в сопровождении аудиосообщения:

Ребенок: «Если я приду с мамой - скидка 10%, а если возьмем папу, то 15%. Можно ещё бабушку взять, тогда аж 20% будет».

Женщина: «Выгодная арифметика от «Семейной оптики». Семейная скидка до 20%, ждем вас.

Ребенок: «Даже на модные солнцезащитные очки».

9) Кадры с изображением мальчика в магазине у прилавка.

Мальчик: «Мам, а почему сметана называется сметаной?»

Мама: «Потому что её сметают».

Мужской голос за кадром: «Сметана «Красногорская» настолько вкусная, что ее моментально разбирают. Сметана «Красногорская»: быстро разбирают - значит доверяют!».

10) Кадры с изображением девушки у зеркала с тюбиками кремов.

Женский голос за кадром: «Косметика «Зорька зоренька» эффективно решает проблемы вашей кожи за счет уникального природного комплекса флорализин».

Мужской голос за кадром: «Флорализин активизирует естественную регенерацию кожи и синтез коллагена, придавая коже гладкость, упругость, молодость».

Женский голос за кадром: «Зорька зоренька»: когда важен результат.

10) Аудиосообщение: «Хорошо там, где есть Радио «Дача»!» с изображением логотипа радио «Дача» и телефоном рекламной службы.

11) Изображение с логотипом радио «Ваня» и аудиосообщение: «Радио «Ваня» Киров. 104. FM.

12) Кадры с изображением лесов и пожара и аудиосообщение: «Федеральное агентство лесного хозяйства и авиалесоохрана предупреждают! Запрещено выжигать сухую траву! соблюдайте правила безопасного поведения в лесу. Берегите лес от пожара! Обнаружил пожар? Звоните: <...>».

В завершении данного блока повторно транслировалась заставка с логотипом «СТС», с данным свидетельством о регистрации СМИ в правом нижнем углу и в левом нижнем углу: «СМИ «9 канал Киров (88332) <...> <...>».

Рекламный блок, транслировавшийся в период с 18 часов 42 минут по 18 часов 45 минут, начался с телевизионной заставки, содержащей логотип «СТС», информацию: «СМИ «9 канал Киров (88332) <...> <...>» в левом нижнем углу и в правом нижнем углу данные свидетельства регистрации СМИ. После указанной заставки следовал рекламный ролик продукции марки «Слобода» с использованием образов людей, употребляющих данную продукцию сопровождении следующего аудиосообщения: «Как жизнь течет из года в годы, питают нас дар природы. И силу мышц, и ясность мысли. Мы получаем жизнь от жизни. «Слобода» - живая еда».

Данная информация, транслировавшаяся в эфире телеканала «9 канал - Киров», по своему содержанию является рекламой, так как содержит признаки, характеризующие её как рекламу и именно:

- адресована неопределенному кругу лиц, поскольку рассматриваемая информация транслировалась в эфире телеканала «9 канал - Киров», что делает ее доступной для восприятия телезрителями канала «9 канал - Киров»;

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования - молочной продукции марки «Слобода», при этом в качестве объекта рекламирования также индивидуализируется конкретный товар – оливковый майонез «Слобода»;

- направлена на формирование или поддержание интереса к объекту рекламирования и его продвижению на рынке, поскольку использование рифмованного слогана в совокупности с изображением положительных образов людей формируют у потребителя интерес к объекту рекламирования и способствуют его продвижению на рынке.

После указанного рекламного ролика в данном рекламном блоке также транслировались следующие ролики:

1) Изображение фрагментов шоу в центре кадра и текстовая информация: вверху кадра «с июня, г. Киров, Цирк», снизу: «0+ 2017 г. цирк Zaltania «Шоу белых тигров», телефон для справок (8332) <...>, <...>» в сопровождении аудиосообщения: «С 1 июня в Кировском цирке «Залтания» шоу белых тигров, 0+».

2) Визуальная информация с изображением товара и соответствующих цен со списком адресов магазинов, сопровождающаяся аудиосообщением: «Цена одного дня! Сардельки «Буренка» в натуральной оболочке Кировский мясокомбинат 1 килограмм <...>. Дезодорант спрей «Гарнье» <...> миллилитров <...>. Спешите! Предложение действует только 17 июня в супермаркетах «Глобус». Подробности на сайте [s-globus.ru](http://s-globus.ru) и по телефону <...>».

3) Нарисованные изображения людей, изображения очков в сопровождении аудиосообщения:

Ребенок: «Если я приду с мамой - скидка 10%, а если возьму папу, то 15%. Можно ещё бабушку взять, тогда аж 20% будет».

Женщина: «Выгодная арифметика от «Семейной оптики». Семейная скидка до 20%, ждем вас.

Ребенок: «Даже на модные солнцезащитные очки».

4) Визуальная информация с текстом: ANNA мебель кухни, гостиные, спальни, детские шкафы купе, гардеробные, кабинет. «ТЦ Европейский 3 этаж», тел. (8332) <...>, <...>, www. <...>.ru  
сопровождении аудиосообщения: Модульная мебель от салона «Анна» всё в вашей власти  
Торговый дом «Европейский».

5) Мультипликационный видеоряд в сопровождении аудиосообщения: «Это кот Рэд. РЭ/ Реально экстремально дерзкие новинки обоев в «Стройремо» на <...>».

6) Изображение товара и соответствующей цены в сопровождении аудиосообщения: «Настоящая мотокоса Maxcut MC 133: двигатель 1,8 лошадиных сил, велосипедная ручка всего 3 2990 рублей. Уже в супермаркетах «Инструмент».

7) Аудиосообщение: «Еврохэнд». Новое поступление 17 июня, <...> с изображением видеоряда товара и магазина и текстом следующего содержания: Euro hand. Новое поступление 17 июня 2017 г., г. Киров, ул. <...>. тел.: <...>».

8) Видеоряд с изображением людей с телефоном. Голос закадром: «Выбирай то, что тебе по душе, снимай яркие сэлфи с honor 8 lite. Будь искренним со стильным honor 8. Делись эмоциями вместе с мощным honor 8 pro. Серия смартфонов honor 8 на специальных условиях от <...> рублей! Спрашивайте в магазинах DNS вашего города».

9) Изображение товара и соответствующей цены в сопровождении аудиосообщения: «Первые, летние, ваши! Скидки в «Техпроме» до 30%. Так, холодильник «Indesit» всего 13990, смартфон Xiaomi с экраном 5 дюймов всего <...>. «Техпром».

13) Аудиосообщение: «Хорошо там, где есть Радио «Дача!» с изображением логотипа радио «Дача» и телефоном рекламной службы.

10) Кадры с мальчиком в военной форме, сменяющиеся заставкой с указанием в нижней части кадра сайта история.рф и с текстом аудиосообщения следующего содержания: «Памятная дата военной истории России. 18 июня. В этот день 1855 году после 9 месяцев осады двухдневной бомбардировки, французы и англичане бросились на штурм Севастополя. На Малаховом кургане русские встретили интервентов убийственным огнем. Осажденные защитники Севастополя выдержали 6 атак, штурм закончился полным провалом».

В завершении данного блока повторно транслировалась заставка с логотипом «СТС», с данным свидетельством о регистрации СМИ в правом нижнем углу и в левом нижнем углу: «СМИ «9 канал Киров (88332) <...> <...>».

Кроме того, ответчиком факт того, что информация, транслировавшаяся 16.06.2017 года на телеканале «9 канал - Киров» в периоды с 00 часов 43 минуты по 00 часов 46 минут, с 09 часов 1 минут по 09 часов 16 минут, с 18 часов 42 минут по 18 часов 45 минут, является рекламой не отрицался и не оспаривался. Ответчиком также по запросу антимонопольного органа были представлены материалы дела договоры об оказании рекламно-информационных услуг платёжные документы по соответствующим договорам.

В соответствии с ч. 1 ст. 14 Федерального закона «О рекламе» телепрограммы или телепередачи рекламой, то есть остановка трансляции телепрограммы или телепередачи для демонстрации рекламы, должно предваряться сообщением о последующей трансляции рекламы, за исключением прерывания спонсорской рекламой.

Из представленных Управлением Роскомнадзора по Кировской области видеозаписей следует что 16.06.2017 г. эфиры информационной телепередачи «Давеча», транслировавшаяся на телеканале «9 канал – Киров» в периоды с 00 часов 30 минут по 00 часов 52 минуты; с 09 часов 0 минут по 09 часов 22 минуты; с 18 часов 30 минут по 18 часов 52 минуты, прерывались рекламными блоками в отсутствие предварительного сообщения о последующей трансляции рекламы.

В нарушение правовой нормы, установленной ч. 1 ст. 14 Федерального закона «О рекламе» 16.06.2017 в периоды с 00 часов 43 минуты по 00 часов 46 минут и с 09 часов 13 минут по 09 часов 16 минут выпуски телепередачи «Давеча» (повтор от 15.06.2017) были прерваны блоками информации, состоящими из ряда рекламных роликов, при этом какое-либо визуальное или аудиосообщение о последующей трансляции рекламы отсутствовало, также в период с 18 часов 42 минут по 18 часов 45 минут в рамках информационной передачи «Давеча» транслировался рекламный блок, который не предварялся каким-либо визуальным или аудиосообщением последующей трансляции рекламы.

Представитель АО «Телекомпания «9 канал», присутствовавший на заседании Комиссии по рассмотрению дела, пояснил, что рекламный материал на телеканале «9 канал - Киров» транслируется исключительно в рамках выпускаемых рекламных блоков, которые отграничиваются от телепередач визуальной заставкой, содержащей логотип, название телеканала, а также телефонные номера рекламной службы. Также представитель ответчик подтвердил, что иных сообщений о последующей трансляции рекламы в рассматриваемой записи эфиров телепередачи «Давеча», транслировавшихся 16.06.2017, не использовалось, поскольку, по мнению ответчика, используемая заставка, содержащая логотип, название телеканала, а также телефонные номера рекламной службы, сама по себе сообщает зрителю начале трансляции рекламы.

Однако указанный довод не может быть принят во внимание, по следующему основанию.

Рекламным законодательством Российской Федерации определено, что остановка трансляции телепрограммы или телепередачи для демонстрации рекламы допустима исключительно при наличии соответствующего сообщения, которое бы указывало на последующую трансляцию рекламы.

Таким образом, исходя из правовой нормы, установленной ч. 1 ст. 14 Федерального закона «О рекламе», предварительное сообщение о последующей трансляции рекламы путем использования заставки с изображением логотипа, названия телеканала и телефонных номеров рекламной службы не может считаться надлежащим, поскольку по своему информативному содержанию на последующую трансляцию рекламы не указывает и соответствующее сообщение не содержит.

На основании вышеизложенного, Кировское УФАС России приходит к выводу, что рекламные блоки, прерывающие выпуски телепередачи «Давеча» 16.06.2017 года в периоды с 00 часов 43 минут по 00 часов 46 минут, с 09 часов 13 минут по 09 часов 16 минут, с 18 часов 42 минут по 18 часов 45 минут выходили без предварительного сообщения о последующей трансляции рекламы.

В соответствии со статьей 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований ч. 1 ст. 14 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

В соответствии с уставом редакции телеканала «9 канал - Киров» учредителем и редакцией телеканала «9 канал – Киров» является ЗАО «Телекомпания «9 канал», зарегистрированное по адресу: 610020, Киров, ул. Казанская, д. 77б.

Согласно свидетельству о регистрации СМИ Эл № <...> от <...> г. учредителем телеканала «9 канал – Киров» является Акционерное общество «Телекомпания «9 канал» (юридический адрес 610002, Кировская обл., г. Киров, ул. <...>).

ЗАО «Телекомпания «9 канал» (ОГРН <...>, ИНН <...>) выдана лицензия на осуществление телевизионного вещания телеканала серия ТВ № <...> от <...>.

Согласно приложению № 2 к Лицензии на осуществление телевизионного вещания серия ТВ № <...> от <...> СМИ «9 канал - Киров» осуществляет вещание в г. Кирове Кировской обл. на частоте ТВК, объем вещания 168 часов в неделю, ежедневно, круглосуточно.

Согласно п. 3 приложению №1 к Лицензии серия ТВ № <...> от <...> рекламные сообщения

материалы распространяются в порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации о рекламе.

Таким образом, представленные в материалы дела документы, свидетельствуют о том, что рекламодателем рекламной информации, транслируемой на телеканале «9 канал Киров», является АО «Телекомпания «9 канал».

Указанный факт нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в полном объеме подтверждается имеющимися материалами и решением по делу № 58/04-2017р.

Согласно ч. 1 ст. 4.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) срок давности привлечения к административной ответственности за нарушение законодательства составляет один год со дня совершения административного правонарушения.

Срок давности привлечения лица к административной ответственности исчисляется с 16.06.2017 г. (дата распространения ненадлежащей рекламы в эфире телеканала «9 канал - Киров»).

Ответственность за вышеуказанное нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе предусмотрена ч. 2 ст. 14.3 КоАП РФ. В соответствии с данной нормой нарушение порядка прерывания рекламой теле- или радиопрограммы, теле- или радиопередачи или совмещения рекламы с телепрограммой, превышение допустимого законодательством рекламы объема рекламы в теле- или радиопрограммах, а равно распространение рекламы теле- или радиопрограммах в дни траура, объявленные в Российской Федерации, влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от двухсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Событием административного правонарушения, предусмотренного ч. 2 ст. 14.3 КоАП РФ является установленный факт нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в действиях АО «Телекомпания «9 канал», выразившийся в распространении рекламы в отсутствие предварительного сообщения о её трансляции, с нарушением требований ч. 1 ст. 14 Федерального закона «О рекламе».

Объектом административного правонарушения, предусмотренного ч. 2 ст. 14.3 КоАП РФ, являются общественные отношения в области рекламы.

Объективной стороной административного правонарушения являются действия АО «Телекомпания «9 канал» по распространению рекламы в отсутствие предварительного сообщения о её трансляции, в нарушение требований ч. 1 ст. 14 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ст. 2.10 КоАП РФ юридические лица подлежат административной ответственности за совершение административных правонарушений в случаях, предусмотренных статьями [раздел II](#) настоящего Кодекса или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях.

Субъектом административного правонарушения является рекламодатель юридическое лицо АО «Телекомпания «9 канал», которое распространило рекламу в отсутствие предварительного сообщения о её трансляции, в нарушение требований ч. 1 ст. 14 Федерального закона «О рекламе».

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 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 административно 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 2.1 статьи 2.1 КоАП РФ](#)).

В данном случае установлено, что у АО «Телекомпания «9 канал» имелась возможность для соблюдения требований ч. 1 ст. 14 Федерального закона «О рекламе», но Обществом 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 АО «Телекомпания «9 канал».

Место совершения административного правонарушения: в эфире телеканала «9 канал - Киров» (адрес редакции СМИ: г. Киров, ул. <...>) на территории Кировской области во время трансляции телепередачи «Давеча»; время - 16.06.2017г. в периоды с 00 часов 43 минут по 00 часов 46 минут, 09 часов 13 минут по 09 часов 16 минут, с 18 часов 42 минут по 18 часов 45 минут.

В ходе рассмотрения дела были исследованы все обстоятельства совершенного нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. Факты, изложенные в протоколе № 151/17/58-04-2017р от 26.10.2017 г. об административном правонарушении, подтверждаются в полном объеме материалами дела № 58/04-2017р.

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 о административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Таким образом, совершенные юридическим лицом АО «Телекомпания «9 канал» действия по распространению рекламы в отсутствие предварительного сообщения о её трансляции, нарушение требований ч. 1 ст. 14 Федерального закона «О рекламе», содержат состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 2 ст. 14.3 Кодекса РФ о административных правонарушениях.

В рассматриваемом случае состав административного правонарушения является формальным следовательно, правонарушение является общественно опасным с момента его совершения: независимо от наступления каких-либо последствий.

Рассматриваемое правонарушение не может быть признано малозначительным. Как разъяснил Пленум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации в п. 18 Постановления от 02.06.2005 № 10 «О некоторых вопросах, возникающих в судебной практике при рассмотрении дел о административных правонарушениях», при квалификации правонарушения в качестве малозначительного судам необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения. Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенно угрозы охраняемым общественным отношениям. Пленум Верховного Суда Российской Федерации в п. 21 Постановления от 24.03.2005 № 5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении КоАП РФ» указал, что малозначительным административным правонарушением является действие или бездействие, хотя формально и содержащее признаки состава административного правонарушения, но с учетом характера совершенного правонарушения роли правонарушителя, размера вреда и тяжести наступивших последствий не представляющее существенного нарушения охраняемых общественных правоотношений.

Основанием для освобождения от ответственности могут служить обстоятельства, вызванные объективно непреодолимыми либо непредвиденными препятствиями, находящимися вне контроля хозяйствующего субъекта, при соблюдении той степени добросовестности, которая требовалась

от него в целях соблюдения законодательно установленных требований. Однако доказательств наличия указанных обстоятельств в материалы дела не представлено.

Следует принять во внимание и тот факт, что АО «Телекомпания «9 канал» является профессиональным участником рекламного рынка, выступая в качестве рекламодателя, поэтому должно знать требования рекламного законодательства, и соответственно, реальная возможность их соблюдения у него имелаась.

АО «Телекомпания «9 канал» при соблюдении той степени добросовестности, которая требовалась от него в целях выполнения законодательно установленной обязанности, а также осуществления надлежащего контроля за соблюдением законодательства могло не допустить совершения административного правонарушения.

Однако каких-либо доказательств, свидетельствующих о принятии АО «Телекомпания «9 канал» мер по исполнению публично-правовых обязанностей в сфере рекламного законодательства связанных с недопущением правонарушения и невозможностью его предотвращения представлено не было.

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 АО «Телекомпания «9 канал» от административной ответственности ввиду малозначительности в соответствии со ст. 2.9 КоАП РФ отсутствуют.

О дате, месте и времени рассмотрения протокола юридическое лицо – АО «Телекомпания «9 канал» извещено надлежащим образом. На рассмотрении протокола присутствовал представитель по доверенности № 03 от 09.01.2017 г. <...>, который заявил ходатайство о применении ч 1 ст. 4.1.1 КоАП РФ.

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 назначено административное наказание в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей [раздела II](#) настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации о 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](#) 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 угроз 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/> АО «Телекомпания «9 канал» включено в Реестр субъектов малого и среднего предпринимательства и правонарушение, ответственность за которое предусмотрена ч. 2 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 ст. 3, ст. 14 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 – АО «Телекомпания «9 канал» (ИНН <...>, ОГРН <...> виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного ч. 2 ст. 14. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Применить к АО «Телекомпания «9 канал» (ИНН <...>, ОГРН <...>) 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 постановления 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.*

Руководитель управления

<...>