

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о вынесении предупреждения

город Омск
№

Дело

18 сентября 2019 года
758/2019

055/04/14.3-

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее – Омское УФАС России) (...) при рассмотрении материалов дела о нарушении законодательства о рекламе, возбужденного в отношении генерального директора общества с ограниченной ответственностью «Омск 1» (далее – ООО «Омск 1», Общество), адрес места нахождения: адрес места нахождения: 644043, г. Омск, ул. Ленина, д. 8, кв. 5 (ИНН 5507231011, ОГРН 1125543032284) (...)

в отсутствие генерального директора (...)

УСТАНОВИЛА:

Решением Комиссии Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 15.08.2019 года по делу № 055/05/5-611/2019 реклама, рекламодателем которой являлся ООО «Омск 1» 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 по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Настоящее дело об административном правонарушении было возбуждено протоколом от 04.09.2019 № 055/04/14.3-757/2019.

В результате рассмотрения протокола об административном правонарушении и иных материалов дела установлено следующее.

В процессе мониторинга сети Интернет на предмет соблюдения законодательства Российской Федерации о рекламе специалистом Омского УФАС России установлен факт распространения на сайте www.om1.ru посредством сменяющихся баннеров информации следующего содержания:

- «С 1 июня Омский цирк +7 (3812) 34-36-36 www.circus-omsk.ru Белое шоу»;
- «с участием артистов Московского цирка Никулина на Цветном бульваре».

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама - это 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» 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 направлена реклама.

Под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (пункт 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

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 № 436-ФЗ) 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.

Распространенная информация отвечает всем признакам рекламы: распространена в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – зрелищному мероприятию («Белое шоу»), формирование и поддержание интереса к нему, продвижение его на рынке.

На момент фиксации в рекламе зрелищного мероприятия отсутствовал знак информационной продукции, что является нарушением части 10.1 статьи 5

Федерального закона «О рекламе», согласно которой не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», без указания категории данной информационной продукции.

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

Согласно выходным данным сайт www.om1.ru зарегистрирован как сетевое издание Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (свидетельство о регистрации СМИ Эл № ФС77-62660 от 10.08.2015).

Учредителем сетевого издания «Om1.ru» (Om1.ru) является ООО «Омск 1».

В соответствии с информацией, размещенной на официальном сайте АО «РСИЦ», администратором доменного имени om1.ru является ООО «Омск 1» (обозначение на сайте «LLC «Omsk1»).

ООО «Омск 1» представило пояснения, согласно которым:

- «...указанная реклама распространялась на сайте www.om1.ru в виде рекламного баннера, где указана ссылка для перехода на страницу официального сайта www.circus-omsk.ru, на котором сообщалась дополнительная информация, где указаны все необходимые возрастные категории...» (вх. 6755 э от 02.07.2019);

- «В соответствии с положением о Роскомнадзоре от 16.03.2009 N 228, последний является компетентным органом. Вместе с тем, отмечаем, что действующее законодательство не содержит обязанность, сетевое издание указывать в каждой рекламе возрастную категорию в соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", полагаем целесообразно принимать во внимание рекомендации компетентных органов»;

- «Обществом в данный момент все действия прекращены, информационный рекламный баннер «Московского цирка Никулина на Цветном бульваре» снят с публикации, а вся необходимая которая должна быть размещена в выходных данных, Обществом размещена...» (вх. № 8301 от 14.08.2019).

Факт распространения рекламы зафиксирован (справка о проведении мониторинга от 13.06.2019) и не оспаривается ООО «Омск 1».

1. Довод ООО «Омск 1» о том, что рекламный баннер содержит активную ссылку, после перехода по которой потребитель попадает на сайт организации (цирка), не может быть принят во внимание, исходя из следующего.

Реклама о проведении в цирке «белого шоу», размещенная на сайте www.om1.ru, направлена на привлечение внимания потребителей к зрелищному мероприятию, следовательно, должна распространяться с соблюдением требований 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Наличие у потребителей рекламы потенциальной возможности получить необходимую

информацию, пройдя по ссылке на официальный сайт организатора мероприятия, не освобождает рекламодателя от исполнения требований, предусмотренных статьей 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Сайт www.om1.ru зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) как сетевое издание, соответственно, подлежит возрастной классификации в соответствии с требованиями Федерального закона № 436-ФЗ.

Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций были подготовлены и опубликованы Рекомендации средствам массовой информации по применению Федерального закона от 29.12.2010 № 436-ФЗ.

Рекомендации по исполнению указанного Закона касаются вопросов маркирования информационной продукции в теле- и радиопрограммах, печатных и сетевых СМИ, информационных агентствах, электронных периодических изданиях, распространяемых на электронных носителях.

В Рекомендациях, в частности указано, что при производстве и распространении сетевых изданий знак информационной продукции указывается на главной странице сетевого издания и должен соответствовать самой старшей возрастной категории информационной продукции, распространяемой в данном выпуске.

В соответствии с частью 3 статьи 6 Федерального закона № 436-ФЗ классификация информационной продукции осуществляется в соответствии с требованиями настоящего 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, достигших возраста двенадцати лет;
- 4) информационная продукция для детей, достигших возраста шестнадцати лет;
- 5) информационная продукция, запрещенная для детей (информационная продукция, содержащая информацию, предусмотренную частью 2 статьи 5 настоящего Федерального закона).

Согласно пункту 1 части 1 статьи 12 Федерального закона № 436 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 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 пояснениям ООО «Омск 1» знаком информационной продукции 18+ маркируется информационная продукция сетевого издания Om1.ru.

Вместе с тем указание знака информационной продукции с обозначением категории этой продукции на страницах сайта www.om1.ru не может свидетельствовать о надлежащем соблюдении рекламодателем положений части 10.1 статьи 5

Федерального закона «О рекламе», поскольку в силу данной нормы реклама информационной продукции иных субъектов (рекламодателей) требует отдельного размещения знака информационной продукции в каждом случае размещения такой рекламы.

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

В силу части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламораспространитель 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 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.

Исходя из определения, данного в пункте 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», ООО «Омск 1» является рекламораспространителем.

В силу пункта 15 Постановления Пленума Верховного суда Российской Федерации от 24.03.2005 № 5, в соответствии с частью 3 статьи 2.1 КоАП РФ в случае совершения юридическим лицом административного правонарушения и выявления конкретных должностных лиц, по вине которых оно было совершено (статья 2.4 КоАП РФ), допускается привлечение к административной ответственности по одной и той же норме как юридического лица, так и указанных должностных лиц.

Согласно сведениям Единого государственного реестра юридических лиц (...) является генеральным директором ООО «Омск 1», что подтверждается Приказом от 01.07.2019.

Таким образом, генеральный директор ООО «Омск 1» (...) имея возможность для соблюдения требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», 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.

Местом совершения административного правонарушения является: г. Омск.

Временем совершения административного правонарушения является дата фиксации нарушения: 13.06.2019.

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 генеральным директором Общества установленных Федеральным законом «О рекламе» требований, а также обстоятельства, вынуждающие его действовать в состоянии крайней необходимости, при рассмотрении дела не установлены.

При назначении наказания должностным лицом, рассматривающим дело 055/04/14.3-757/2019, учитываются общие правила назначения административного наказания, предусмотренные статьей 4.1 КоАП РФ.

Обстоятельств, смягчающих и отягчающих административную ответственность генерального директора ООО «Омск 1» (...) (статьи 4.2, 4.3 КоАП РФ), не выявлено.

На основании части 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 частям 1, 2, 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 может быть заменено являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицу, осуществляющему предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, или юридическому лицу, а также их работникам на предупреждение в соответствии со статьей 4.1.1 настоящего Кодекса.

Согласно сведениям из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства на сайте Федеральной налоговой службы России <https://rmsp.nalog.ru> от 13.09.2019 № ЮЭ9965-19-6707388 общество с ограниченной ответственностью «Омск 1» является субъектом малого и среднего предпринимательства – микропредприятием (дата внесения сведений в реестр 01.08.2016).

Оценив характер и обстоятельства совершенного генеральным директором Общества (...) 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.

Учитывая, что факт возбуждения административного дела сам по себе уже выполняет

предупредительную функцию, вынесение предупреждения по данному делу обеспечивает соответствующую защиту охраняемым законом государственным и общественным интересам.

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,

ПО С Т А Н О В И Л А:

Признать генерального директора общества с ограниченной ответственностью «Омск 1» (...) 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.