

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

### о назначении административного наказания

#### по делу № 058/04/14.3-628/2019 об административном правонарушении

09 октября 2019 года

г. Пенза, ул. Урицкого,

Я, руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Пензенской области, рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении № 058/04/14.3-628/2019, возбужденного в отношении общества с ограниченной ответственностью, в связи с совершением деяния, ответственность за которое предусмотрена частью 2 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

#### УСТАНОВИЛ:

На рассмотрение поступил протокол от 30.09.2019 № 058/04/14.3-628/2019 об административном правонарушении, составленный главным специалистом-экспертом отдела контроля органов власти и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Пензенской области (далее – Пензенское УФАС России) в отношении ООО «», в связи с совершением деяния, ответственность за которое предусмотрена частью 2 статьи 14.3 КоАП РФ.

Из протокола об административном правонарушении от 30.09.2019 № 058/04/14.3-628/2019 и материалов дела следует.

Пензенским УФАС России было рассмотрено дело № 058/05/15-373/2019 о нарушении законодательства о рекламе в отношении ООО «» по факту нарушения части 2 статьи 15 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее ФЗ «О рекламе»).

Распространяемая ООО «» реклама решением Комиссии Пензенского УФАС России от 03 сентября 2019 года в соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» признана ненадлежащей.

В соответствии с частью 1 статьи 28.1 КоАП РФ непосредственное обнаружение должностными лицами, уполномоченными составлять протоколы об административных правонарушениях, достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения, является поводом к возбуждению дела об

административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 настоящего Кодекса.

Рассмотрев материалы настоящего административного дела, прихожу к следующему.

Факт совершения ООО «» действий, по распространению ненадлежащей рекламы, доказан в ходе рассмотрения дела о нарушении законодательства о рекламе и подтверждается представленными доказательствами.

Из материалов дела № 058/05/15-373/2019 следует, что в Пензенское УФАС России 03.07.2019 вх. № 2119 поступили материалы, представленные Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Пензенской области (далее – Управление «Роскомнадзор»), по поводу нарушения объема рекламных сообщений, распространяемых на радиоканале «».

В ходе рассмотрения материалов дела установлено, что на радиоканале «» с 17.06.2019 по 23.06.2019 распространялись информационные блоки с предваряющимся сообщением о последующей трансляции рекламы.

В соответствии со статьёй 3 ФЗ «О рекламе» рекламой является информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. При этом под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Иными словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять следующим условиям, а именно:

-предназначаться для неопределенного круга лиц;

-привлекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;

-способствовать продвижению объекта рекламирования (товара) на рынке.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правонарушения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

Согласно статье 3 ФЗ «О рекламе» в целях настоящего Федерального закона используются следующие основные понятия: товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, размещенная в вышеуказанных блоках на радиоканале «», содержит все определяющие правовые признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к услугам, предоставляемым соответствующим рекламодателем.

В соответствии с частью 2 статьи 15 ФЗ «О рекламе» в радиопрограммах, не зарегистрированных в качестве средств массовой информации и специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, продолжительность рекламы не может превышать двадцать процентов времени вещания в течение суток.

В ходе рассмотрения дела установлено, что деятельность по эфирному радиовещанию на радиоканале «» осуществляет ООО «».

В соответствии с лицензией от 19.03.2015 серии РВ № , выданной Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, ООО «» осуществляет радиовещание на радиоканале «». Объем вещания 1 ч. 02 мин. в неделю. Редакция СМИ «» находится по адресу:

Согласно Свидетельству о регистрации средства массовой информации ЭЛ № ТУ, выданному ООО «» Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Пензенской области, примерной тематикой и (или) специализацией является – «информационная (местные новости, обзор региональных событий, прогноз погоды). Реклама в соответствии с законодательством Российской Федерации о рекламе».

Таким образом, указанный радиоканал «» не специализируется на сообщениях и материалах рекламного характера, в связи с чем, продолжительность рекламы не должна превышать двадцать процентов времени вещания в течении суток.

Из представленной Управлением «Роскомнадзор» сетки вещания радиоканала «» 17.06.2019 следует, что реклама распространялась 7:34:58 (продолжительность 0:02:10), 8:34:54 (продолжительность 0:02:10), 9:35:56 (продолжительность 0:02:10), 10:35:51 (продолжительность 0:02:01), 13:35:28 (продолжительность 0:02:22),

16:35:35 (продолжительность 0:01:21), 20:36:00 (продолжительность 0:02:06).

Суммарная продолжительность рекламных блоков составляет 14 мин. 20 сек. в сутки от общей продолжительности вещания радиоканала 22 мин. 50 сек. в сутки.

Продолжительность рекламы на радиоканале «» 17.06.2019 составила ≈62,77%, что на 42,77% превышает установленную частью 2 статьи 15 ФЗ «О рекламе».

18.06.2019 реклама распространялась 7:35:02 (продолжительность 0:02:40), 8:36:31 (продолжительность 0:02:44), 9:37:17 (продолжительность 0:02:26), 10:36:34 (продолжительность 0:02:06), 13:36:40 (продолжительность 0:02:31), 16:36:37 (продолжительность 0:01:21), 20:35:46 (продолжительность 0:02:00).

Суммарная продолжительность рекламных блоков составляет 15 мин. 48 сек. в сутки от общей продолжительности вещания радиоканала 26 мин. 13 сек. в сутки.

Продолжительность рекламы на радиоканале «» 18.06.2019 составила ≈60,27%, что на 40,27% превышает установленную частью 2 статьи 15 ФЗ «О рекламе».

19.06.2019 реклама распространялась 7:35:42 (продолжительность 0:02:42), 8:35:33 (продолжительность 0:02:39), 9:36:55 (продолжительность 0:02:26), 10:36:58 (продолжительность 0:02:30), 13:36:19 (продолжительность 0:02:22), 16:35:41 (продолжительность 0:01:21), 20:35:29 (продолжительность 0:02:06).

Суммарная продолжительность рекламных блоков составляет 16 мин. 06 сек. в сутки от общей продолжительности вещания радиоканала 25 мин. 25 сек. в сутки.

Продолжительность рекламы на радиоканале «» 19.06.2019 составила ≈63,34%, что на 43,34% превышает установленную частью 2 статьи 15 ФЗ «О рекламе».

20.06.2019 реклама распространялась 7:36:21 (продолжительность 0:02:40), 8:35:43 (продолжительность 0:02:23), 9:35:49 (продолжительность 0:02:26), 10:37:09 (продолжительность 0:02:08), 13:36:05 (продолжительность 0:02:11), 16:36:21 (продолжительность 0:01:30), 20:35:18 (продолжительность 0:02:00).

Суммарная продолжительность рекламных блоков составляет 15 мин. 18 сек. в сутки от общей продолжительности вещания радиоканала 24 мин. 54 сек. в сутки.

Продолжительность рекламы на радиоканале «» 20.06.2019 составила ≈61,45%, что на 41,45% превышает установленную частью 2

статьи 15 ФЗ «О рекламе».

21.06.2019 реклама распространялась 7:34:57 (продолжительность 0:02:15), 8:35:54 (продолжительность 0:02:16), 9:36:23 (продолжительность 0:02:21), 10:36:37 (продолжительность 0:02:30), 13:36:15 (продолжительность 0:01:56), 16:36:29 (продолжительность 0:01:22), 20:34:43 (продолжительность 0:02:05).

Суммарная продолжительность рекламных блоков составляет 14 мин. 45 сек. в сутки от общей продолжительности вещания радиоканала 24 мин. 35 сек. в сутки.

Продолжительность рекламы на радиоканале «» 21.06.2019 составила ≈60,00%, что на 40,00% превышает установленную частью 2 статьи 15 ФЗ «О рекламе».

23.06.2019 реклама распространялась 7:35:03 (продолжительность 0:02:30), 8:36:10 (продолжительность 0:02:42), 9:35:58 (продолжительность 0:02:42), 10:35:35 (продолжительность 0:02:40), 13:35:35 (продолжительность 0:02:27), 16:35:13 (продолжительность 0:01:42), 20:36:08 (продолжительность 0:02:06).

Суммарная продолжительность рекламных блоков составляет 16 мин. 49 сек. в сутки от общей продолжительности вещания радиоканала 23 мин. 58 сек. в сутки.

Продолжительность рекламы на радиоканале «» 23.06.2019 составила ≈70,17%, что на 50,17% превышает установленную частью 2 статьи 15 ФЗ «О рекламе».

Таким образом, общая продолжительность рекламы, распространяемой ООО «» на радиоканале «», превысила двадцать процентов времени вещания в течение суток, что противоречит требованиям части 2 статьи 15 ФЗ «О рекламе».

Согласно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 2 статьи 15 законодательства Российской Федерации о рекламе несет рекламодатель.

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

В ходе рассмотрения дела установлено, что одним из видов деятельности ООО «» является деятельность в области радиовещания

на радиоканале «».

Таким образом, рекламодателем рекламных блоков на радиоканале «» является ООО «».

Действия ООО «» были квалифицированы Комиссией Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, как нарушение требований части 2 статьи 15 ФЗ «О рекламе», а распространяемая реклама признана ненадлежащей.

На основании части 2 статьи 14.3 Кодекса об административных правонарушениях Российской Федерации (далее – КоАП РФ) нарушение порядка прерывания рекламой теле- или радиопрограммы, теле- или радиопередачи либо совмещения рекламы с телепрограммой, превышение допустимого законодательством о рекламе объема рекламы в теле- или радиопрограммах, а равно распространение рекламы в 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.

Из изложенного следует, что в действиях ООО «», содержится состав административного правонарушения, ответственность за которое наступает по части 2 статьи 14.3 КоАП РФ.

Место совершения административного правонарушения: Пензенская область.

Время совершения административного правонарушения: июнь 2019 года.

В соответствии с частью 1 статьи 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.

Согласно ч. 1 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.

Частью 2 статьи 14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность в виде административного штрафа на должностных лиц в размере от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от двухсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

С учетом того, что в соответствии с ч.1 ст.4.1.1. КоАП РФ являющимся субъектами административного и среднего предпринимательства лицам, осуществляющим

дпринимательскую деятельность без образования юридического лица, и  
дическим лицам, а также их работникам за впервые совершенное  
инистративное правонарушение, выявленное в ходе осуществления  
'дарственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если  
значение административного наказания в виде предупреждения не  
дусмотрено соответствующей статьей раздела 2 настоящего Кодекса или  
зна субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях,  
инистративное наказание в виде штрафа подлежит замене на  
дупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных частью 2 статьи  
настоящего Кодекса.

илу ч.1,2 ст.3.4 КоАП РФ предупреждение – мера административного  
здания, выраженная в официальном порицании физического или  
дического лица. Предупреждение выносится в письменной форме.  
дупреждение устанавливается за впервые совершенные административные  
вонарушения при отсутствии причинения вреда или возникновения угрозы  
чинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного  
а, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории  
льтуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы  
звычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при  
тствии имущественного ущерба.

де рассмотрения дела установлено, что в соответствии с реестром субъектов  
ого и среднего предпринимательства Федеральной налоговой службы по  
зенской области, ООО «» является микропредприятием. Ранее к  
инистративной ответственности за нарушение законодательства о рекламе  
ривлекалось. Совершенное ООО «» правонарушение не причиняет вреда и не  
дает угрозу возникновения причинения вреда жизни и здоровью людей,  
эктмам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам  
турного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской  
ерации, безопасности государства, чрезвычайных ситуаций природного и  
югенного характера, а также не причиняет имущественный ущерб.

ласно п.4 ст.26.1 КоАП РФ по делу об административном правонарушении  
лежит выяснению обстоятельства, смягчающие административную  
этственность, и обстоятельства, отягчающие административную  
этственность.

В качестве смягчающих обстоятельств признаются нарушение  
законодательства о рекламе впервые, а также добровольное устранение  
нарушения.

Обстоятельства, отягчающие административную ответственность, не  
установлены.

В соответствии с частью 1 статьи 25.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого  
ведется производство по делу об административном правонарушении  
вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения,  
представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, пользоваться

юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

Учитывая характер совершенного ООО «» административного правонарушения, обстоятельств, смягчающие административную ответственность, руководствуясь статьями 3.2, 3.4, 4.1.1, 4.2, 4.3, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

### **ПОСТАНОВИЛ:**

1. Признать ООО «» виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 2 статьи 14.3 КоАП РФ, и назначить ему наказание в виде предупреждения.