

Заместитель руководителя – начальник отдела Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее - Марийское УФАС России) , рассмотрев протокол № 012/04/14.3-72/2019 от «21» марта 2019 года и материалы административного дела № 012/04/14.3-72/2019, возбужденного в отношении юридического лица МУП «РИА «Йошкар-Ола» (ИНН 1215043599; ОГРН 1021200773110) по факту нарушения части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2010 № 38 – ФЗ «О рекламе», выразившегося в размещении ненадлежащей рекламы цирка-шапито «Grand» в печатном издании газета «Йошкар-Ола» в номере 33 (1500) от 24.04.2018, **в отсутствие представителя** МУП «РИА «Йошкар-Ола», надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте рассмотрения дела,

### **УСТАНОВИЛА:**

Марийским УФАС России возбуждено дело об административном правонарушении № 012/04/14.3-72/2019 в МУП «РИА «Йошкар-Ола» по факту нарушения требований части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в размещении ненадлежащей рекламы цирка-шапито «Grand» в печатном издании газета «Йошкар-Ола» в номере 33 (1500) от 24.04.2018, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Уведомление о составлении протокола направлено заказным письмом с уведомлением по юридическому адресу МУП «РИА «Йошкар-Ола» от 25.02.2019 исх. №03-21/1286, и получено муниципальным унитарным предприятием 27.02.2019.

Протокол об административном правонарушении № 012/04/14.3-72/2019 от «21» марта 2019 года составлен специалистом – экспертом отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Марийского УФАС России в соответствии со статьями 28.2, 28.3 КоАП РФ, в отсутствие представителей МУП «РИА «Йошкар-Ола», **муниципальное унитарное предприятие** надлежащим образом извещено о дате и времени составления протокола об административном правонарушении.

Копия протокола с указанием даты, времени и места рассмотрения дела № 012/04/14.3-72/2019 (исх. № 03-21/1810 от 21.03.2019) направлена МУП «РИА «Йошкар-Ола» заказным письмом с уведомлением о вручении по юридическому адресу муниципального унитарного предприятия и получена им 25.03.2019.

Событие административного правоотношения выразилось в следующем.

В целях осуществления государственного контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Марийским УФАС

России был произведен мониторинг рекламы, распространяемой в городском округе «Город Йошкар-Ола» Республики Марий Эл.

В ходе мониторинга была обнаружена реклама цирка-шапито «Grand» в печатном издании газета «Йошкар-Ола» в номере 33(1500) от 24 апреля 2018 на странице 3 рекламы следующего содержания:

В соответствии со статьей 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.

Под объектом рекламирования понимают 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 (статья 3 Закона о рекламе).

Из анализа текста рекламы следует, что объектом рекламирования выступают гастролы цирка-шапито Grand, проходившие в городском округе «Город Йошкар-Ола» с 11 мая 2018 года по 20 мая 2018 года, а также сам цирк-шапито Grand.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена (Письмо ФАС России от 05.04.2007 №АЦ/4624 «О понятии «неопределенный круг лиц»).

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой, так как распространена при помощи печатного издания, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

Согласно части 1 статьи 12 Федерального закона от 29.12.2010 №436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию (далее – ФЗ № 436) обозначение категории информационной продукции знаком информационной продукции и (или) текстовым предупреждением об ограничении распространения информационной продукции среди детей осуществляется с соблюдением требований данного закона ее производителем и (или) распространителем с указанием цифры и знака

«плюс» или соответствующего текстового предупреждения.

В соответствии с пунктом 5 статьи 2 ФЗ № 436 информационная продукция – это 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.

Согласно части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями ФЗ № 436, без указания категории данной информационной продукции.

Согласно пункту 3 статьи 2 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», зрелищное мероприятие - это 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. Следовательно, цирк-шапито относится к информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями ФЗ № 436.

Однако, в рассматриваемой рекламе отсутствует указание категории информационной продукции, следовательно, она нарушает часть 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

Пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе предусмотрены понятия рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя. Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Между ООО «КТО «Цирковой мир» (Заказчик) и Л.(Исполнитель) заключен договор б/н от 05 марта 2018 года, на основании которого исполнитель обязуется разработать, изготовить и организовать распространение рекламной информации о товарах, услугах заказчика в г. Йошкар-Ола.

Пунктом 2.2.2 установлено, что на исполнителя возложена обязанность обеспечить соответствие разработанных рекламных материалов исходя из представленной заказчиком информации.

В письменных пояснениях от 09.07.2018 вх. №6667 Л сообщила, что между Л. (Заказчик) и МУП «РИА «Йошкар-Ола» (Исполнитель) заключен договор №7-01у от 18.04.2018 на информационные услуги, согласно которому заказчик поручает выполнить, а исполнитель обязуется по заданию заказчика оказать информационные услуги по размещению информационного материала в печатном издании газете «Йошкар-Ола» в №33, согласно поданной заказчиком заявке, заказчик обязуется эту услугу оплатить.

Таким образом, рекламодателем рассматриваемой рекламы является Л., рекламодателем МУП «РИА «Йошкар-Ола».

В силу части 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Ответственность за нарушение части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе установлена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ. В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на юридических лиц от ста тысяч до пятисот тысяч рублей

Согласно пункту 2 статьи 2.1 КоАП РФ юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

МУП «РИА «Йошкар-Ола» не приняло необходимых и достаточных мер для соблюдения законодательства о рекламе, хотя при должной внимательности и осмотрительности могло предвидеть последствия - возможность нарушения законодательства о рекламе, имело возможность выполнить возложенную на него обязанность, и предотвратить совершение административного правонарушения, но не предприняло всех зависящих от нее мер по соблюдению действующего законодательства о рекламе.

Антимонопольный орган на основе собранных по делу доказательств приходит к выводу о том, что вина МУП «РИА «Йошкар-Ола» в нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе установлена.

Место совершения административного правонарушения: Республика Марий Эл.

Время совершения административного правонарушения: 24.04.2018 - дата выхода газеты «Йошкар-Ола».

Состав административного правонарушения по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ, совершенного МУП «РИА «Йошкар-Ола» образуют:

- объект административного правонарушения - установленный порядок

производства, размещения и распространения рекламы;

- объективная сторона — распространение рекламы МУП «РИА «Йошкар-Ола» с нарушением требований части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе;

- субъект правонарушения – МУП «РИА «Йошкар-Ола»;

- субъективная сторона - виновное совершение административного правонарушения, так как у МУП «РИА «Йошкар-Ола» имелась возможность соблюдения законодательства о рекламе, но им не были приняты все зависящие от него меры по его соблюдению.

Следовательно, установлено, что имело место событие административного правонарушения и факт его совершения МУП «РИА «Йошкар-Ола». Кроме того, имелись основания для составления протокола об административном правонарушении, юридические признаки (противоправность, виновность, наказуемость) и все элементы состава административного правонарушения, предусмотренные нормой права (объект, объективная сторона, субъект, субъективная сторона).

Обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении (ст. 24.5 КоАП РФ), не установлено.

Дополнительно должностным лицом был исследован вопрос о малозначительности.

Согласно статье 2.9 КоАП РФ при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, орган, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

Согласно пункту 21 Постановления Верховного суда Российской Федерации от 24.03.2005 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» малозначительным административным правонарушением является действие или бездействие, хотя формально и содержащее признаки состава административного правонарушения, но с учетом характера совершенного правонарушения и роли правонарушителя, размера вреда и тяжести наступивших последствий не представляющее существенного нарушения охраняемых общественных правоотношений.

Такие обстоятельства, как, например, личность и имущественное положение привлекаемого к ответственности лица, добровольное устранение последствий правонарушения, возмещение причиненного ущерба, не являются обстоятельствами, характеризующими малозначительность правонарушения. Они в силу частей 2 и 3 статьи 4.1 КоАП РФ учитываются при назначении административного наказания.

Действия МУП «РИА «Йошкар-Ола» содержат нарушение законодательства о рекламе и свидетельствуют о пренебрежительном отношении лица к исполнению своих обязанностей по соблюдению норм в сфере законодательства о рекламе.

Совершенное МУП «РИА «Йошкар-Ола» правонарушение посягает на установленные нормативными правовыми актами гарантии на защиту потребителей от ненадлежащей рекламы, поскольку требования законодательства о рекламе, а также установление в части 1 статьи 14.3 КоАП РФ административной ответственности за их нарушение направлены на охрану прав потребителей от ненадлежащей рекламы, поскольку потребители признаются слабой стороной данных отношений, не обладающей специальными познаниями.

Марийское УФАС России приходит к выводу, что совершенное правонарушение несет существенную угрозу правоохраняемым отношениям.

В данном случае существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается в пренебрежительном отношении рекламодателя к исполнению своих обязанностей в сфере соблюдения законодательства о рекламе. Несоответствие спорной рекламы требованиям законодательства нарушает права и законные интересы потребителей на получение надлежащей и достоверной информации.

Таким образом, оценив характер и конкретные обстоятельства совершенного правонарушения, роль правонарушителя, должностное лицо Марийского УФАС России пришло к выводу о том, что совершенное МУП «РИА «Йошкар-Ола» правонарушение несет существенную угрозу охраняемым общественным отношениям, в связи с чем, отсутствуют основания для признания его малозначительным.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

По смыслу части 3 статьи 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания юридическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Обстоятельства, смягчающие, либо отягчающие административную ответственность, не установлены.

Таким образом, должностное лицо Марийского УФАС России считает

возможным назначить МУП «РИА «Йошкар-Ола» административное наказание в виде штрафа в минимальном размере санкции ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ в сумме 100 000 (сто тысяч) рублей.

Руководствуясь ст. 2.1, 2.2, 2.4, 4.1, 4.2, 4.3, ч. 1 ст. 14.3, 23.48, ч. 1 ст. 29.9, 29.10 КоАП РФ, статьями 9, 18, 33, 38 Закона о рекламе,

### **Постановила:**

Привлечь МУП «РИА «Йошкар-Ола» ( ИНН 1215043599; ОГРН 1021200773110) к административной ответственности по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях и назначить наказание в виде штрафа в размере 100 000 (ста тысяч) рублей.