

ЗАО «Аргументы и факты»

101000, г. Москва,
ул. Мясницкая, д. 42/2, стр. 1

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 18
о назначении административного наказания по делу
об административном правонарушении № 4-14.3-139/77-14

«07» марта 2014 года

г. Москва

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве (далее – Московского УФАС России) (.....), рассмотрев протокол № А-13 от 21.02.2014 и материалы дела об административном правонарушении № 4-14.3-139/77-14, возбужденного в отношении Закрытого акционерного общества «Аргументы и факты» (далее — ЗАО «Аргументы и факты»), в связи с нарушением ст. 16 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — ФЗ «О рекламе»), ответственность за нарушение которой предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ), в присутствии представителя ЗАО «Аргументы и Факты» (.....),

УСТАНОВИЛ:

Решением Комиссии Московского УФАС России по рассмотрению дела № 3-16-64/77-13 о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе от 22.07.2013 в рекламе товаров ЗАО «Медико-экологический центр «Дюны» установлено нарушение требований ст. 16 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — ФЗ «О рекламе»).

ЗАО «Аргументы и факты» (адрес: 101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 42/2, стр. 1) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц за основным государственным регистрационным номером 1027700459379, ИНН 7701103751,

КПП 770101001.

ЗАО «Аргументы и факты» распространило в еженедельном журнале «Аргументы и факты» № 13, 2013 г. (1690) на странице 20 рекламу товаров ЗАО «Медико-экологический центр «Дюны», не сопровождающуюся пометкой «реклама» или «на правах рекламы».

В соответствии с п. 1 ст. 3 ФЗ «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.

В соответствии с п. 2 ст. 3 ФЗ «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. В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно п. 2 Постановления Пленума ВАС РФ от 08 октября 2012 г. № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы судам необходимо учитывать, что размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

Согласно п. 2 ч. 1 Аналитической записки по отдельным вопросам применения ФЗ «О рекламе», подготовленной Федеральной антимонопольной службой: информационные материалы (статьи, публикации и т.п.) о состоянии определенного товарного рынка, в которых внимание читателя преимущественно привлекается к какому-либо товару, 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 ФЗ «О рекламе».

В рекламе, размещенной в еженедельном журнале «Аргументы и факты» № 13, 2013 г. (1690) на странице 20, представлена информация о товарах, предлагаемых к продаже ЗАО «Медико-экологический центр «Дюны», а именно о фотонной и серебряной таблетках. В текстовой части приведена контактная информация производителя и продавца, в том числе адрес, телефоны, Интернет-сайт ЗАО «Медико-экологический центр «Дюны». Описательная часть сопровождается изображением указанных товаров, используются средства

индивидуализации, включая наименование.

Таким образом, указанная информация доводится до неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к определенной группе товаров, формирует их положительный образ, способствует продвижению товаров ЗАО «Медико-экологический центр «Дюны» на рынке аналогичных товаров посредством их выделения.

Статья, размещенная в еженедельном журнале «Аргументы и факты» № 13, 2013 г. (1690) на странице 20, по своему содержанию и структуре не является справочно-информационным или аналитическим материалом (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющим в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющимся социальной рекламой, и подпадает под понятие рекламы, установленное ФЗ «О рекламе».

На основании изложенного, должностным лицом Московского УФАС России установлено, что информация о товарах, предлагаемых к продаже ЗАО «Медико-экологический центр «Дюны», размещенная в еженедельном журнале «Аргументы и факты» № 13, 2013 г. (1690) на странице 20, является рекламой.

Согласно ст. 16 ФЗ «О рекламе», размещение текста рекламы, в периодическом печатном издании, не специализирующемся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы».

Согласно Свидетельству о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-27097 от 12.01.2007, выданному Федеральной службой по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия, учредителем газеты «Аргументы и факты» является ЗАО «Аргументы и факты». В соответствии с графой «Примерная тематика и специализация», данное средство массовой информации не зарегистрировано в качестве рекламного издания, содержит ограничение «реклама не более 40%».

Должностным лицом Московского УФАС России установлено, что еженедельный журнал «Аргументы и факты», являющийся средством массовой информации, предназначен для неопределенного круга лиц, находится в свободной продаже на территории города Москвы, не является изданием, специализирующимся на сообщениях рекламного характера.

В рекламе товаров ЗАО «Медико-экологический центр «Дюны», размещенной на странице 20 в еженедельном журнале «Аргументы и факты» № 13, 2013 г. (1690), отсутствует пометка «реклама» или пометка «на правах рекламы».

Таким образом, при размещении в еженедельном журнале «Аргументы и факты» № 13, 2013 г. (1690) рекламы товаров ЗАО «Медико-экологический центр «Дюны», установлен факт нарушения ст. 16 ФЗ «О рекламе».

Ответственность за невыполнение требований установленных ст. 16 ФЗ «О рекламе», предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Место совершения административного правонарушения: территория

распространения еженедельного журнала «Аргументы и факты» № 13, 2013 г. (1690), в том числе город Москва.

Время совершения административного правонарушения — 27 марта 2013 года (первый день распространения еженедельного журнала «Аргументы и факты» № 13, 2013 г. (1690)).

Согласно выходным данным еженедельного журнала «Аргументы и факты» издателем еженедельного журнала является ЗАО «Аргументы и факты», в том числе в период распространения рассматриваемой рекламы.

Размещение ЗАО «Аргументы и факты» рассматриваемой рекламы в еженедельном журнале «Аргументы и факты» № 13, 2013 г. (1690) осуществлялось на основании договора № 1281/12 от 17.05.2012, предметом которого является оказание ЗАО «Медико-экологическому центру «Дюны» комплекса рекламных услуг, в том числе размещение согласованного сторонами данного договора рекламного макета ЗАО «Аргументы и факты» в еженедельном журнале «Аргументы и факты» № 13, 2013 г. (1690).

В соответствии с п. 7 ст. 3 ФЗ «О рекламе» рекламораспространитель — лицо осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламораспространителем является лицо, осуществляющее фактическое доведение объекта рекламирования до сведения потребителя.

Таким образом, установлено, что ЗАО «Аргументы и факты» является рекламораспространителем указанной рекламы, размещенной Обществом в еженедельном журнале «Аргументы и факты» № 13, 2013 г. (1690), на странице 20.

В соответствии с ч. 7 ст. 38 ФЗ «О рекламе» рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных ст. 16 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с ч. 1 ст. 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое КоАП РФ или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

В соответствии с ч. 2 ст. 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 КоАП РФ или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Вина ЗАО «Аргументы и факты» состоит в распространении в еженедельном журнале «Аргументы и факты» № 13, 2013 г. (1690) рекламы товаров ЗАО «Медико-экологический центр «Дюны» с нарушением требований ст. 16 ФЗ «О рекламе». Московским УФАС России не установлено объективных обстоятельств, делающих невозможным соблюдение указанных требований.

Таким образом, ответственность за нарушение требований ст. 16 ФЗ «О рекламе» в соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ несет ЗАО «Аргументы и

факты».

В соответствии с ч. 3 ст. 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.

Должностным лицом Московского УФАС России не установлено обстоятельств отягчающих административную ответственность, а также обстоятельств смягчающих административную ответственность ЗАО «Аргументы и факты».

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства Российской Федерации о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан — от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц — от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; юридических лиц — от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Таким образом штраф, подлежащий взысканию составляет 100 000 рублей.

Руководствуясь ст.-ст. 33, 38 ФЗ «О рекламе», ст.-ст. 4.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

За нарушение ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ назначить ЗАО «Аргументы и факты» административное наказание в виде административного штрафа в размере 100 000 (ста тысяч) рублей.

Согласно ч. 1 ст. 32.2 КоАП РФ административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных ст. 31.5 КоАП РФ.

В соответствии с ч. 5 ст. 32.2 КоАП РФ при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, и информации об уплате административного штрафа в Государственной информационной системе о государственных и муниципальных платежах, по истечении срока, указанного в ч. 1 настоящей статьи, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, направляют в течение десяти суток постановление о наложении административного штрафа с отметкой о его неуплате судебному приставу-исполнителю для исполнения в порядке, предусмотренном федеральным законодательством.

В соответствии с ч. 5 ст. 3.5 КоАП РФ сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме.

Суммы штрафов, уплаченных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, зачисляются в соответствующие бюджеты в

соотношении:

- 40% в Федеральный бюджет;
- 60% в бюджет субъекта Российской Федерации, на территории которого зарегистрировано ЗАО «Аргументы и факты», перечислением через банк, обслуживающий хозяйствующий субъект.

Реквизиты для уплаты административных штрафов, предусмотренных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе:

Получатель: УФК МФ РФ по г. Москве (для Московского УФАС России)

Банк получателя: Отделение 1 Главного управления Центрального банка Российской Федерации по Центральному Федеральному округу г. Москва (краткое: Отделение 1 Москва)

ИНН 7706096339

КПП 770601001

БИК 044583001

р/с 40101810800000010041

КБК 161 1 16 26000 01 6000140

ОКТМО 45384000

Назначение платежа: административный штраф по делу № 4-14.3-139/77-14.

Согласно ч. 1 ст. 20.25 КоАП РФ неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа.

В соответствии с ч. 3 ст. 30.1 и ч. 1 ст. 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражном суде в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

В соответствии с п. 1 ст. 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.