

ПОСТАНОВЛЕНИЕ
о назначении административного наказания по делу
об административном правонарушении № 4-14.3-1028/77-15

«08» октября 2015 года

г. Москва

Я, <...>, рассмотрев протокол от 05.10.2015 и материалы дела об административном правонарушении № 4-14.3-1028/77-15, возбужденного в отношении ОАО «АФ-Медиа», в связи с нарушением части 3 статьи 14 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившимся в распространении ОАО «АФ-Медиа» 08.10.2014, 09.10.2014 в период с 14:00 до 15:30 на телеканале «РазТВ» рекламы «Ювелирочка» в формате телемагазина с превышением допустимой продолжительности рекламы в течение часа, ответственность за которое предусмотрена частью 2 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ),

в присутствии представителя ОАО «АФ-Медиа» по доверенности <...>,

УСТАНОВИЛ:

ОАО «АФ-Медиа» (125040, г. Москва, 3-я улица Ямского поля, д. 24) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 31.10.2013 за основным государственным регистрационным номером 5137746017063, ИНН 7714919843, КПП 771401001.

ОАО «АФ-Медиа» 08.10.2014, 09.10.2014 в период с 14:00 до 15:30 распространило на телеканале «РазТВ» рекламу «Ювелирочка» в формате телемагазина с превышением допустимой продолжительности распространяемой в телепрограмме рекламы в течение часа.

Решением Комиссии Московского УФАС России от 10.09.2015 по делу № 3-14-134/77-15 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в действиях ОАО «АФ-Медиа» при распространении 08.10.2014, 09.10.2014 в период с 14:00 до 15:30 на телеканале «РазТВ» рекламы «Ювелирочка» в формате телемагазина установлен факт нарушения части 3 статьи 14 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закона о рекламе), выразившийся в распространении в телепрограмме «Ювелирочка» рекламы (телемагазина), общей продолжительности свыше пятнадцати процентов времени вещания в течении часа.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является информация, распространяемая 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 пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, объектом рекламирования является товар, средство 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 Закона о рекламе, товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Телепередача «Ювелирочка» является телемагазином (рекламой) на основании следующего.

Законодательство не содержит нормативного определения понятия «телемагазин».

Между тем, по мнению Московского УФАС России, под «телемагазином» следует понимать телевизионный видеоклип или программу, направленную на привлечение внимания потребителей к определенному товару, с целью его последующей реализации.

Телепрограмма «Ювелирочка» построена в форме монолога. В течение всей программы телеведущая демонстрирует и описывает предлагаемые к продаже ювелирные изделия. До потребителей посредством речевой информации, а также посредством размещения на телевизионном экране доводятся сведения о стоимости каждого конкретного изделия, о его составе, пробе, размере а также об иных, индивидуальных для каждого украшения характеристиках. Например, следующим образом: «классический английский замок, ушко слегка завышено, в виде лепесточка идеально окруженного серебром, смотрится нежнейшим образом, меня просто поражает такая нежность, как же здорово это смотрится».

Исходя из содержания, целью размещения указанных сведений является привлечение внимания потребителей к ювелирной продукции, упоминаемой в телепрограмме «Ювелирочка».

Информация распространялась посредством телеканала, а следовательно была доступна для восприятия неопределенному кругу лиц.

При этом, под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации как предназначенность для неопределенного круга лиц означает отсутствие в рекламе указания о неком лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация содержит объекты рекламирования — конкретные ювелирные украшения, реализуемые посредством телепрограммы «Ювелирочка», распространялась неопределенному кругу лиц и, исходя из содержания, направлена на привлечение внимания потребителей к объектам рекламирования, а следовательно, является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.

Согласно пункту 3 части 14 Закона о рекламе, общая продолжительность распространяемой в телепрограмме рекламы (в том числе такой рекламы, как телемагазины), прерывания телепрограммы рекламой (в том числе спонсорской рекламой) и совмещения рекламы с телепрограммой способом «бегущей строки»

или иным способом ее наложения на кадр телепрограммы не может превышать пятнадцать процентов времени вещания в течение часа.

В соответствии с выпиской из регистрационного журнала телеканала «РазТВ» на 08.10.2014 (время выхода в эфир с 14:00 до 16:00), длительность телепрограммы «Ювелирочка» (время выхода в эфир с 14:00 до 15:30) составила 89 минут 44 секунды (60 минут — в течение первого часа, 29 минут 44 секунды — в течение второго часа, с учётом уточнённого хронометража, согласно представленным в материалы дела записям телепередачи за рассматриваемый период времени).

Таким образом, учитывая продолжительность распространяемой телепрограммы, которая составила 89 минут 44 секунды общая продолжительность рекламных блоков за указанный период времени не могла превышать 13 минут 30 секунд (9 минут в течение первого часа, 4 минуты 30 секунд — в течение второго часа).

Как было установлено ранее телепрограмма «Ювелирочка» представляет из себя телемагазин, по сути полностью являясь рекламой. На протяжении всей продолжительности программы (89 минут 44 секунды), потребителю предлагаются к приобретению ювелирные украшения. В программе отсутствуют какие-либо информационные вставки, либо иная не являющаяся рекламой информация.

Учитывая изложенное, при распространении на телеканале «РазТВ» рекламы «Ювелирочка» в формате телемагазина 08.10.2014, 09.10.2014 в период с 14:00 до 15:30 установлен факт нарушения части 3 статьи 14 Закона о рекламе, выразившегося в превышении продолжительности распространяемой в телепрограмме рекламы в течение часа.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, является ненадлежащей.

Таким образом, реклама в формате телемагазина на телеканале «РазТВ» распространенная 08.10.2014, 09.10.2014 в период с 14:00 до 15:30, содержащая признаки нарушения части 3 статьи 14 Закона о рекламе, является ненадлежащей.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе, за нарушение требований, установленных статьей 14 Закона о рекламе несет ответственность рекламодатель.

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации от 10.04.2013 Эл № ФС77-56375, учредителем телеканала «РазТВ» является ОАО «АФ-Медиа».

Рассматриваемая реклама размещалась на телеканале «РазТВ» на основании договора № Р/25 от 30.04.2014 (далее — Договор), заключенного между ОАО «АФ-Медиа» и ООО «ВЕС-МЕДИА».

Согласно пункту 1.1. Договора, ОАО «АФ-Медиа» обеспечивает размещение аудиовизуального произведения ООО «ВЕС-МЕДИА» в составе контента интерактивного мультимедийного телевидения. Размещение аудиовизуального

произведения ООО «ВЕС-МЕДИА» производится на телеканале «РазТВ». А также из п. 3.1.1. следует, что ООО «АФ-Медиа» предоставляет ООО «ВЕС-МЕДИА» услуги по размещению Телепередач.

Вместе с тем, п. 3.1.4. указывает на тот факт, что ООО «АФ-Медиа» вправе не принимать к размещению Телепередачи в случае предоставления ООО «ВЕС-МЕДИА» видеоматериалов не соответствующих законодательству РФ.

На основании изложенного, установлено, что лицом, осуществившим распространение рассматриваемой рекламы на телеканале «РазТВ», а равно ее рекламодателем, является ОАО «АФ-Медиа».

Таким образом, в действиях ОАО «АФ-Медиа» при распространении рекламы на телеканале «РазТВ» в телепрограмме «Ювелирочка» 08.10.2014, 09.10.2014 в период с 14:00 до 15:30 установлен факт нарушения части 3 статьи 14 Закона о рекламе.

Местом совершения административного правонарушения является территория распространения телеканала «РазТВ», в том числе город Москва.

Время совершения административного правонарушения — 09.10.2014 (первый день распространения рекламы на телеканале «РазТВ» в телепрограмме «Ювелирочка»).

В соответствии с частью 1 статьи 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 частью 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 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 ОАО «АФ-Медиа» состоит в распространении рекламы в формате телемагазина на телеканале «РазТВ» 08.10.2014, 09.10.2014 в период с 14:00 до 15:30 с нарушением требований части 3 статьи 14 Закона о рекламе. Должностным лицом Московского УФАС России не установлено объективных обстоятельств, делающих невозможным соблюдение указанных требований.

Ответственность за невыполнение требований установленных частью 3 статьи 14 Закона о рекламе, предусмотрена частью 2 статьи 14.3 КоАП РФ.

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 ОАО «АФ-Медиа».

В соответствии с частью 2 статьи 14.3 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 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.

Таким образом штраф, подлежащий взысканию составляет 200 000 рублей.

Руководствуясь ст.-ст. 33, 38 Закона о рекламе, ст.-ст. 4.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

За нарушение ч. 3 ст. 14 Закона о рекламе, ответственность за которое предусмотрена ч. 2 ст. 14.3 КоАП РФ, назначить ОАО «АФ-Медиа» (125040, г. Москва, 3-я улица Ямского поля, д. 24, дата регистрации — 31.10.2013, ОГРН 5137746017063, ИНН 7714919843, КПП 771401001) административное наказание в виде административного штрафа в размере 200 000 (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 ОАО «АФ-Медиа», перечислением через банк, обслуживающий хозяйствующий субъект.

Реквизиты для уплаты административных штрафов, предусмотренных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе (квитанция прилагается):

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

Банк получателя: Отделение 1 Москва

ИНН 7706096339

КПП 770101001

БИК 044583001

р/с 40101810800000010041

КБК 161 1 16 26000 01 6000140

ОКТМО 45375000

Назначение платежа: административный штраф по делу № 4-14.3-1028/77-15.

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.

Приложение на 1 листе.