

ПОСТАНОВЛЕНИЕ
о назначении административного наказания по делу
об административном правонарушении № 4-14.3-290/77-15

«26» мая 2015 года

г. Москва

Я, <...>, рассмотрев протокол от 27.04.2015 и материалы дела № 4-14.3-290/77-15 об административном правонарушении, возбужденного в отношении ООО «ФЭШН ПРЕСС», в связи с нарушением статьи 16 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившимся в распространении рекламы «Лучшее спортивное приложение. Sports.ru» в журнале «Esquire», июнь 2014 г., на странице 180, журнале «Esquire», июль-август 2014 г., на странице 67, без указания категории информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (далее — Закон о защите детей от информации, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ)

в отсутствие представителя ООО «ФЭШН ПРЕСС», надлежащим образом уведомленного о дате, месте и времени рассмотрения дела об административном правонарушении,

УСТАНОВИЛ:

ООО «ФЭШН ПРЕСС» распространило в журнале «Esquire», июнь 2014 г., на странице 180, журнале «Esquire», июль-август 2014 г., на странице 67, рекламу «Лучшее спортивное приложение. Sports.ru», без указания категории информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (далее — Закон о защите детей от информации).

Решением Комиссии Московского УФАС России от 31.12.2014 по делу № 3-5-90/77-14 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении рекламы «Лучшее спортивное приложение. Sports.ru» в журнале «Esquire», июнь 2014 г., на странице 180, журнале «Esquire», июль-август 2014 г., на странице 67, установлен факт нарушения части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе, выразившийся в размещении рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Закона о защите детей от информации, без указания категории данной информационной продукции.

Согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-43072 от 15.12.2005, выданному Роскомнадзором, учредителем журнала «Esquire» является ООО «ФЭШН ПРЕСС» (127018, г. Москва, ул. Полковная, д. 3, стр. 1). В соответствии с графой «Примерная тематика и (или) специализация», данное средство массовой информации посвящено стилю

жизни, моде; реклама до 40%.

Установлено, что ООО «ФЭШН ПРЕСС» также является фактическим издателем журнала «Esquire», что подтверждается выходными данными указанных журналов «Esquire».

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является 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 пунктом 2 статьи 3 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. 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.

Согласно пункту 16 информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе», информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Согласно пункту 2 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», 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).

В журналах «Esquire», июнь 2014 г., на странице 180, «Esquire», июль-август 2014 г., на странице 67, распространялась следующая информация: «Лучшее спортивное приложение по оценкам AppStore и GooglePlay. Все спортивные новости, которые стоит знать. Уведомления о матчах и голах. Лучшие фото и видео. Самая полная статистика. Живое обсуждение матчей и новостей. Sports.ru». При этом, данная информация сопровождается изображением логотипа мобильного приложения «Sports.ru» (черным квадратом на котором изображена буква «S» и цветные круги).

Факт обозначения вышеописанным логотипом мобильного экранного приложения «Sports.ru» подтверждается информацией, размещенной как на официальном сайте <http://www.sports.ru>, так и на сайтах <https://play.google.com>, <https://itunes.apple.com>.

Таким образом, спорная информация направлена на привлечение внимание к мобильному электронному приложению «Sports.ru».

Указанная информация, учитывая территорию распространения журнала

«Esquire», доводится до неопределенного круга лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

На основании изложенного, установлен факт распространения рекламы мобильного электронного приложения «Sports.ru» в журналах «Esquire», июнь 2014 г., на странице 180, «Esquire», июль-август 2014 г., на странице 67.

В соответствии с Законом Российской Федерации от 27 декабря 1991 года № 2124-1 «О средствах массовой информации», распространение рекламы в средствах массовой информации (в том числе периодических печатных изданиях) осуществляется в порядке, установленном законодательством Российской Федерации о рекламе.

Согласно пункту 5 статьи 2 Закона о защите детей от информации, к информационной продукции относятся, в том числе, предназначенные для оборота на территории Российской Федерации программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ).

В соответствии с частью 10.1 статьи 5 Закона о рекламе, не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Закона о защите детей от информации, без указания категории данной информационной продукции.

Глава 2 Закона о защите детей от информации выделяет классификацию информационной продукции по пяти категориям: информационная продукция для детей, не достигших возраста шести лет (0+); информационная продукция для детей, достигших возраста шести лет (6+); информационная продукция для детей, достигших возраста двенадцати лет (12+); информационная продукция для детей, достигших возраста шестнадцати лет (16+); информационная продукция, запрещенная для детей (18+).

Согласно части 1 статьи 12 Закона о защите детей от информации, категория информационной продукции обозначается знаком информационной продукции и (или) текстовым предупреждением об ограничении распространения информационной продукции среди детей.

Установлено, что реклама мобильного электронного приложения «Sports.ru» является рекламой информационной продукции, что подтверждается материалами дела № 3-5-90/77-14.

Вместе с тем, знак информационной продукции в рассматриваемой рекламе отсутствует.

На основании изложенного, при распространении ООО «ФЭШН ПРЕСС» рекламы мобильного электронного приложения «Sports.ru» в журналах «Esquire», июнь 2014 г., на странице 180, «Esquire», июль-август 2014 г., на странице 67, установлен факт нарушения части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

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

Таким образом, реклама мобильного электронного приложения «Sports.ru» в журналах «Esquire», июнь 2014 г., на странице 180, «Esquire», июль-август 2014 г., на странице 67 является ненадлежащей.

Местом совершения административного правонарушения является территория распространения журналов «Esquire», июнь 2014 г., «Esquire», июль-август 2014 г., в том числе город Москва.

Время совершения административного правонарушения — 27.05.2014 (первый день распространения спорной рекламы в журналах «Esquire», июнь 2014 г., на странице 180, «Esquire», июль-август 2014 г.).

Согласно части 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных статьей 16 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

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

Согласно положениям статьи 2 Закона Российской Федерации от 27 декабря 1991 года № 2124-1 «О средствах массовой информации», под распространителем понимается лицо, осуществляющее распространение продукции средства массовой информации по договору с редакцией, издателем или на иных законных основаниях.

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

Как было установлено выше ООО «ФЭШН ПРЕСС» является учредителем и издателем журнала «Esquire».

Резюмируя изложенное, должностное лицо Московского УФАС России приходит к выводу о том, что рекламодателем спорной рекламы является ООО «ФЭШН ПРЕСС».

Таким образом, ответственность за нарушение части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе несет ООО «ФЭШН ПРЕСС».

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 ООО «ФЭШН ПРЕСС» состоит в распространении рекламы мобильного электронного приложения «Sports.ru» в журналах «Esquire», июнь 2014 г., на странице 180, «Esquire», июль-август 2014 г., на странице 67, с нарушением требований части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе. Должностным лицом Московского УФАС России не установлено объективных обстоятельств, делающих невозможным соблюдение указанных требований.

Ответственность за невыполнение требований установленных статьей ч. 10.1 ст. 5 Закона о рекламе, предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем 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.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, обстоятельств, смягчающих административную ответственность ООО «ФЭШН ПРЕСС», не установлено.

Таким образом штраф, подлежащий взысканию, составляет 100 000 рублей.

Руководствуясь статьями 33, 38 Закона о рекламе, статьями 4.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

За нарушение части 1 статьи 14.3 КоАП РФ назначить ООО «ФЭШН ПРЕСС» (адрес: 127018, г. Москва, ул. Полковая, д. 3, стр. 1, ОГРН 1027739120364, ИНН 7743002018, КПП 771501001) административное наказание в виде административного штрафа в размере 100 000 (сто тысяч) рублей.

Согласно части 1 статьи 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 статьей 31.5 КоАП РФ.

В соответствии с частью 5 статьи 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 части 1 статьи 32.2 КоАП РФ, 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 частью 5 статьи 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 ООО «ФЭШН ПРЕСС», перечислением через банк, обслуживающий хозяйствующий субъект.

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

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 770101001

БИК 044583001

р/с 40101810800000010041

КБК 161 1 16 26000 01 6000140

ОКТМО 45375000

Назначение платежа: административный штраф по делу № 4-14.3-290/77-15.

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП РФ, неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 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 пунктом 1 статьи 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.