

ПОСТАНОВЛЕНИЕ
о назначении административного наказания по делу
об административном правонарушении № 4-14.3-863/77-15

«21» сентября 2015 года

г. Москва

Я, <...>, рассмотрев протокол от 10.09.2015 и материалы дела об административном правонарушении № 4-14.3-863/77-15, возбужденного в отношении должностного лица — директора по рекламе ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» <...>, в связи с нарушением части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившимся в распространении ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» рекламы «МНОГО TV» в журналах GALA Биография в период с апреля по ноябрь 2014 года без указания категории информационной продукции, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ),

в отсутствие надлежащим образом уведомленной <...>(представлено ходатайство о рассмотрении дела в ее отсутствие),

УСТАНОВИЛ:

ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» (адрес: 129226, г. Москва, ул. Докукина, д. 16, стр. 1) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, зарегистрировано и включено в Единый государственный реестр юридических лиц Межрайонной инспекцией Федеральной налоговой службы № 46 по г. Москве 22.09.2003 за основным государственным регистрационным номером 1037716027777, ИНН 7716236112, КПП 771601001.

ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» распространило рекламу «МНОГО TV» в журналах GALA Биография в период с апреля по ноябрь 2014 года, без указания категории информационной продукции.

Решением Комиссии Московского УФАС России от 26.06.2015 по делу № 3-5-55/77-15 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в действиях ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» при распространении рекламы «МНОГО TV», размещаемой в журналах GALA Биография в период с апреля по ноябрь 2014 года, установлено нарушение части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе, выразившееся в размещении рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (далее — Закон о защите детей от информации), без указания категории данной информационной продукции.

Согласно Акту № 2 плановой выездной проверки юридического лица от 23.12.2014 (исх. № 08/42948 от 23.12.2014) и материалам проверки, спорная

информация размещалась в следующих изданиях:

1. реклама «МНОГО TV» на странице 105 журнала GALA Биография апрель 2014 — части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе;
2. реклама «МНОГО TV» на странице 49 журнала GALA Биография май 2014 — части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе;
3. реклама «МНОГО TV» на странице 23 журнала GALA Биография июнь 2014 — части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе;
4. реклама «МНОГО TV» на странице 61 журнала GALA Биография июль - август 2014 — части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе;
5. реклама «МНОГО TV» на странице 77 журнала GALA Биография сентябрь 2014 — части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе;
6. реклама «МНОГО TV» на странице 51 журнала GALA Биография октябрь 2014 — части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе;
7. реклама «МНОГО TV» на странице 33 журнала GALA Биография ноябрь 2014 — части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

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).

Установлено, что в журнале GALA Биография в период с апреля по ноябрь 2014 г. на отдельной странице номера размещалась информация о телеканале «Много TV», сопровождаемая логотипом телеканала, наименованиями кинопродукции (сериалов) и изображениями кадров из них с указанием даты и времени трансляции, а

также ссылками на сайты в сети Интернет по адресу serialtv.ru, red-media.ru, redmediatv.ru.

Учитывая содержание спорной рекламы, в частности наличие в ней наименования кинопродукции (сериалов) и изображений кадров из них с указанием даты и времени трансляции, должностное лицо Московского УФАС России считает, что спорная информация направлена на привлечение внимания к транслируемой кинопродукции (сериалам) одновременно с телеканалом «Много TV».

В частности, информация об указанных сериалах занимает доминирующую часть рекламы. Привлекая внимание к телеканалу как к лицу, транслирующему кинопродукцию (сериалы), рассматриваемая реклама также выделяет ряд такой кинопродукции (сериалов), транслируемой телеканалом. Представляется очевидным, что основной целью телеканала, именующего себя «первый российский телеканал хороших сериалов», является трансляция таких сериалов, в связи с чем рекламодатель заинтересован в привлечении внимания потребителей рекламы к просмотру, в первую очередь, именно указанной информационной продукции, с целью чего указывается дата и время трансляции, кадры из сериалов.

Учитывая изложенное, должностное лицо Московского УФАС России приходит к выводу, о том, что рассматриваемая информация направлена на продвижение среди потребителей комплексного объекта рекламирования: телеканала «Много TV», а также информационной продукции, транслируемой с его использованием, а именно кинопродукции (сериалов).

Указанная информация, учитывая территорию распространения журнала GALA Биография, доводится до неопределенного круга лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования. Исходя из способа подачи и содержания, информации направлена на привлечение внимания читателей к объекту рекламирования, а следовательно является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.

Указанный вывод подтверждается пометкой «реклама», размещенной на рассматриваемых материалах ЗАО «Аксель Шпрингер Раша».

На основании изложенного, установлен факт распространения рекламы телеканала «Много TV», а также информационной продукции, транслируемой с его использованием в журнале GALA Биография в период с апреля по ноябрь 2014 г.

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.

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 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.

ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» был заявлен довод о том, что на рассматриваемом макете телеканала «Много TV» указан знак информационной

продукции «16+», который полностью соответствует информационной категории указанной в рекламе кинопродукции (сериалов).

Таким образом, по мнению Общества, поскольку вся кинопродукция (сериалы) имеет одинаковую возрастную категорию, указание знака информационной продукции «16+» единожды на странице является достаточным для соблюдения требований части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

Между тем, согласно сведениям, размещенным на информационном портале Министерства Культуры Российской Федерации mkgf.ru, установлено, что не вся кинопродукция (сериалы) из рассматриваемой рекламы имеют категорию соответствующую знаку информационной продукции «16+», а именно «Загадочные убийства Агаты Кристи».

Таким образом, в рекламе телеканала «Много TV» в журнале GALA Биография в период с апреля по ноябрь 2014 г. знак информационной продукции «16+» не соответствует категории информационной продукции указанной кинопродукции (сериалов), а следовательно для них надлежащая возрастная пометка отсутствует.

На основании изложенного, при распространении ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» рекламы телеканала «Много TV» в журнале GALA Биография в период с апреля по ноябрь 2014 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 телеканала «Много TV» в журнале GALA Биография в период с апреля по ноябрь 2014 является ненадлежащей.

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 27.12.1991 № 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.

Учредителем и издателем журнала GALA Биография, является ЗАО «Аксель Шпрингер Раша». Таким образом, ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» является рекламодателем рассматриваемой рекламы.

Резюмируя изложенное, должностное лицо Московского УФАС России считает установленным нарушение ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе при распространении рекламы «Много TV» в журнале GALA Биография в период с апреля по ноябрь 2014.

Местом совершения административного правонарушения является территория распространения журнала GALA Биография, в том числе город Москва.

Время совершения административного правонарушения — 30.10.2014 (дата выхода в свет журнала GALA Биография ноябрь 2014).

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 со статьей 2.4 КоАП РФ, административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Совершившие административные правонарушения в связи с выполнением организационно-распорядительных или административно-хозяйственных функций руководители и другие работники организаций несут административную ответственность как должностные лица.

В соответствии с документами, представленными ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» в адрес Московского УФАС России, директор по рекламе ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» <...> является лицом, ответственным за распространение ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» рекламы «Много TV» в журнале GALA Биография в период с апреля по ноябрь 2014, с нарушением части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно трудовому договору № 580 между ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» и <...> от 02.09.2009, <...> является директором по рекламе ЗАО «Аксель Шпрингер Раша».

Из должностной инструкции директора по рекламе, а именно пп. 4.1. следует, что директор по рекламе *осуществляет управление рекламной службой издательского дома и отделом рекламы Forbes Online*, а также согласно пп. 5.2 *в пределах своей компетенции вправе сообщать непосредственному руководителю о всех выявленных в процессе деятельности недостатках и вносить предложения по их устранению*.

Таким образом, директор по рекламе ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» <...> является должностным лицом ЗАО «Аксель Шпрингер Раша», ответственным за распространение ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» рекламы «Много TV» в журнале GALA Биография в период с апреля по ноябрь 2014, с нарушением части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

На основании вышеизложенного установлено нарушение <...> требований части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

Вина <...> состоит в ненадлежащем исполнении своих служебных обязанностей, а именно непринятии всех зависящих от нее мер по соблюдению требований законодательства при распространении рекламы «Много TV» в журнале GALA Биография в период с апреля по ноябрь 2014, с нарушением 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 частью 10.1 статьи 5 Закона о рекламе, предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с ч. 2 ст. 4.1 КоАП РФ, при назначении административного наказания физическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, личность виновного, его имущественное положение, 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 <...>

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 4 000 рублей.

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

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать <...> виновной в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч.1 ст. 14.3 КоАП РФ.

2. За нарушение ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ назначить должностному лицу — директору по рекламе ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» <...> административное наказание в виде административного штрафа в размере 4 000 (четыре тысячи) 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 зарегистрирована <...>, 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 № 4-14.3-863/77-15.

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 установленном законом порядке в течение десяти суток со дня вручения или получения 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.