

ПОСТАНОВЛЕНИЕ
о назначении административного наказания по делу
об административном правонарушении № 4-14.3-865/77-15

«21» сентября 2015 года

г. Москва

Я, <...>, рассмотрев протокол от 10.09.2015 и материалы дела об административном правонарушении № 4-14.3-865/77-15, возбужденного в отношении должностного лица — директора по рекламе ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» <...>, в связи с нарушением статьи 16 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившимся в распространении ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» рекламы «КОМЕДИЯ» в журналах GALA Биография в период с апреля по ноябрь 2014 года 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 «КОМЕДИЯ» 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 № 3-5-56/77-15 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в действиях ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» при распространении рекламы «КОМЕДИЯ» 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 «КОМЕДИЯ» на странице 85 журнала GALA Биография апрель 2014 — части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе;
2. реклама «КОМЕДИЯ» на странице 79 журнала GALA Биография май 2014 — части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе;
3. реклама «КОМЕДИЯ» на странице 117 журнала GALA Биография июнь 2014 — части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе;
4. реклама «КОМЕДИЯ» на странице 23 журнала GALA Биография июль - август 2014 — части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе;
5. реклама «КОМЕДИЯ» на странице 35 журнала GALA Биография сентябрь 2014 — части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе;
6. реклама «КОМЕДИЯ» на странице 23 журнала GALA Биография октябрь 2014 — части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе;
7. реклама «КОМЕДИЯ» на странице 29 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 «КОМЕДИЯ», сопровождаемая логотипом телеканала, наименованиями кинопродукции (фильмов) и изображениями кадров из них с указанием даты и

времени трансляции, а также ссылками на сайты в сети Интернет по адресу comediatv.ru, red-media.ru, redmediatv.ru.

Учитывая содержание спорной рекламы, в частности наличие в ней наименования кинопродукции (фильмов) 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 (фильмам) одновременно с телеканалом «КОМЕДИЯ».

В частности, информация об указанных фильмах занимает доминирующую часть рекламы. Привлекая внимание к телеканалу как к лицу, транслирующему кинопродукцию (фильмы), рассматриваемая реклама также выделяет ряд такой кинопродукции (фильмов), транслируемой телеканалом. Представляется очевидным, что основной целью телеканала, именующего себя «круглосуточный развлекательный телеканал отечественных и зарубежных фильмов», является трансляция таких фильмов, 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 фильмов.

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

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 «КОМЕДИЯ», 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» довод о том, что на рассматриваемом макете

телеканала «КОМЕДИЯ» указан знак информационной продукции «16+», «12+», 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+», «12+» 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 mkrf.ru, установлено, что не вся кинопродукция (сериалы) из рассматриваемой рекламы имеют категорию соответствующую знаку информационной продукции «16+», «12+». Так на странице 23 журнала GALA Биография октябрь 2014, где указан знак информационной продукции «12+», фильмы «Свидание вслепую» и «All inclusive, или все включено» соответствуют возрастной категории «14+».

Таким образом, в рекламе телеканала «КОМЕДИЯ» в журнале GALA Биография в период с апреля по ноябрь 2014 г. знак информационной продукции «16+», «12+» не соответствует категории информационной продукции указанной кинопродукции (фильмов), а следовательно для них надлежащая возрастная пометка отсутствует.

На основании изложенного, при распространении ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» рекламы телеканала «КОМЕДИЯ» 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 «КОМЕДИЯ» 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, установлено нарушение ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе при распространении рекламы «КОМЕДИЯ» 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 «КОМЕДИЯ» 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 «КОМЕДИЯ» в журнале GALA Биография в период с апреля по ноябрь 2014, с нарушением части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе. <...> 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 «КОМЕДИЯ» 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 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.

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 № 4-14.3-865/77-15.

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.