

ПОСТАНОВЛЕНИЕ
о назначении административного наказания по делу
об административном правонарушении № 4-14.3-872/77-15

«03» сентября 2015 года

г. Москва

Я, <...>, рассмотрев протокол от 20.08.2015 и материалы дела об административном правонарушении № 4-14.3-872/77-15, возбужденного в отношении <...>, в связи с нарушением статьи 16 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившимся в превышении предельно допустимого объема рекламы в периодическом печатном издании, не специализирующемся на сообщениях и материалах рекламного характера, ответственность за которое предусмотрена частью 3 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ),

в отсутствие <...>, надлежащим образом уведомленной о дате, месте и времени рассмотрения дела (представлено ходатайство о рассмотрении дела в ее отсутствие),

УСТАНОВИЛ:

<...> распространила в журнале «Детство для любящих родителей» (№ 1 (13), 2015) рекламу с нарушением статьи 16 Закона о рекламе, выразившимся в превышении предельно допустимого объема рекламы в периодическом печатном издании, не специализирующемся на сообщениях и материалах рекламного характера.

Решением Комиссии Московского УФАС России по рассмотрению дела № 3-16-100/77-15 о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе от 07.07.2015 при распространении рекламы в журнале «Детство для любящих родителей» (№ 1 (13), 2015) установлено нарушение требований ст. 16 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.

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

Журнал «Детство для любящих родителей» является зарегистрированным средством массовой информации, территорией распространения которого является город Москва. Данный факт подтверждается свидетельством о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ50-01835 от 23.10.2013.

Таким образом, журнал «Детство для любящих родителей» является общедоступным для неопределенного круга лиц-потребителей рекламы, каких-либо ограничений по территории его распространения и кругу лиц-потребителей рекламы, не установлено.

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.

Установлено, что в журнале «Детство для любящих родителей» (№ 1 (13), 2015) размещена следующая реклама:

- на внутренних разворотах обложки журнала (страницы 2, 27) размещена реклама информационного ресурса www.ezhikezhik.ru, а также танцевального клуба «Максимум» и Центра детства;
- на страницах 4-5 размещена реклама сети частных детских садов АНО «Мир детства»;
- на страницах 8-9 размещена реклама детской поликлиники Литфонда;
- на страницах 10-11 размещена реклама семейного салона красоты BARBER;
- на страницах 12-13 размещена реклама мероприятия «Шоу Ньютона»;
- на страницах 14-15 размещена реклама детского клуба «ПАМПА ГРИН»;
- на страницах 18-19 размещена реклама детского центра «Фэнтази Парк»;
- на страницах 20-21 размещена реклама информационного ресурса www.101dog.ru;
- на странице 26 размещена реклама различных детских и/или семейных организаций, в том числе: сети студий маникюра и педикюра «Ноготок», интернет-магазина детских товаров «Первый малыш», школы картинга «Пилот» и др.;
- на странице 28 (задняя часть обложки журнала) размещена реклама кондитерских «Кулинарное бюро Kitchen on your way».

Указанная реклама сопровождается пометкой «на правах рекламы».

Таким образом, установлен факт размещения рассматриваемой рекламы в журнале «Детство для любящих родителей» (№ 1 (13), 2015).

В соответствии со статьей 16 Закона о рекламе, размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы». Объем рекламы в таких изданиях должен составлять не более чем сорок процентов объема одного номера периодических печатных изданий.

Спорный выпуск журнала «Детство для любящих родителей» состоит из 28 страниц, включая обе стороны обложки журнала. При этом, размещенная в журнале реклама занимает 18 полных страниц.

Допустимым объемом рекламы в издании является 40%, что в рассматриваемом

случае составляет 11,2 страниц.

Таким образом, установлено, что объем рекламы, размещенной на 18 полных страницах в журнале «Детство для любящих родителей» (№ 1 (13), 2015) превышает предельно допустимый объем рекламы в периодическом печатном издании, не специализирующемся на сообщениях и материалах рекламного характера.

На основании изложенного, должностным лицом Московского УФАС России при распространении рекламы в журнале «Детство для любящих родителей» (№ 1 (13), 2015) установлен факт нарушения статьи 16 Закона о рекламе.

В соответствии со статьей 36 Закона Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации», распространение рекламы в средствах массовой информации осуществляется в порядке, установленном законодательством Российской Федерации 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, размещение спорной рекламы в журнале «Детство для любящих родителей» (№ 1 (13), 2015) является ненадлежащим.

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 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации», под рекламодателем 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.

Согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ50-01835 от 23.10.2013, выданному Управлением Роскомнадзора по Центральному федеральному округу, учредителем журнала «Детство для любящих родителей» (№ 1 (13), 2015) является <...>. В соответствии с графой «Примерная тематика и (или) специализация», данное средство массовой информации является детским журналом, где в каждой рубрике ребенок принимает «живое» участие, обучается, развивается; реклама не более 40%.

Установлено, что <...> также является фактическим издателем журнала «Детство для любящих родителей». Данный факт подтверждается выходными данными журнала «Детство для любящих родителей» (№ 1 (13), 2015).

Согласно материалам дела № 3-16-100/77-15 реклама распространялась посредством заключенных договоров, а именно договора № 26 от 25.01.15 между ИП Трушина Л.Б. и ООО «Бейби Шарм», договора № 28 от 22.01.15 между ИП Трушина Л.Б. и ООО «Зоолэнд», договора № 29 от 24.01.15 между ИП Трушина Л.Б. и ООО «ИнтерБизнесЦентр», договора № 25 от 28.11.14 между ИП Трушина Л.Б. и ИП Чистовой Е.И., договора № 7 от 20.05.14 между ИП Трушина Л.Б. и АНО «Центр развития детей «Мир детства», договора № 3 от 11.04.14 между <...> и ЗАО «Абсида»,

соглашения о сотрудничестве от 15.01.2015 между <...> и ООО «Вангвардиста», соглашения о сотрудничестве от 21.01.2015 между <...> и ИП Архиповой Г.В., соглашения о сотрудничестве от 20.01.2015 между <...> и АНО «Русская школа картинга «Пилот», соглашения о сотрудничестве от 15.01.2015 между <...> и ООО «Фламенкерия», соглашения о сотрудничестве от 11.01.2015 между <...> и ИП Кожевниковой Е.В., соглашения о сотрудничестве от 15.01.2015 между <...> и ООО «Мечты Виктории», соглашения о сотрудничестве от 22.01.2015 между <...> и ИП Скок Д.О., соглашения о сотрудничестве от 25.01.2015 между <...> и ООО «Династия», соглашения о сотрудничестве от 11.01.2015 между <...> и ИП Полнаревым А.А., соглашения о сотрудничестве от 25.01.2015 между <...> и Шевченко Ю.А., соглашения о сотрудничестве от 20.01.2015 между <...> и ООО «Аквапарк «ФЭНТАЗИ», соглашения о сотрудничестве от 10.01.2015 между <...> и Сопоновым Д.С., соглашения о сотрудничестве от 10.01.2015 между <...> и ООО «Детский клуб», соглашения о сотрудничестве от 10.01.2015 между <...> и <...>

Из вышеуказанных договоров и соглашений следует, что <...> принимает на себя обязательства по размещению рекламных и информационных материалов заказчиков.

Таким образом, <...> является рекламораспространителем рассматриваемой рекламы.

Резюмируя изложенное, должностное лицо Московского УФАС России считает установленным нарушение <...> статьи 16 Закона о рекламе при распространении рекламы в журнале «Детство для любящих родителей» (№ 1 (13), 2015).

Местом совершения административного правонарушения является территория распространения журнала «Детство для любящих родителей» (№ 1 (13), 2015) — г. Москва.

Время совершения административного правонарушения — 15.02.2015 (день выхода в свет журнала «Детство для любящих родителей» (№ 1 (13), 2015).

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.

На основании свидетельства о регистрации СМИ ПИ №ТУ50-02235 от 27.07.2015, выходных данных журнала «Детство для любящих родителей» (№ 1 (13), 2015), а также приказа № 1 от 15.08.2013 о назначении главного редактора журнала «Детство для любящих родителей» установлено, что <...> является учредителем, издателем и главным редактором данного журнала.

В соответствии с пунктом 4.5 Устава редакции средства массовой информации — журнала «Детство для любящих родителей», объем рекламы, подлежащей размещению в журнале устанавливается учредителем при согласовании с главным редактором.

Таким образом, в непосредственные обязанности <...> входит определение объема рекламы, размещаемой в каждом конкретном выпуске журнала, в связи с чем, должностное лицо Московского УФАС России приходит к выводу о том, что <...> является должностным лицом, ответственным за распространение в журнале «Детство для любящих родителей» (№ 1 (13), 2015) рекламы с нарушением требований ст. 16 Закона о рекламе.

На основании вышеизложенного установлено нарушение <...> статьи 16 Закона о рекламе.

Вина <...> состоит в распространении в журнале «Детство для любящих родителей» (№ 1 (13), 2015) рекламы с нарушением требований ст. 16 Закона о рекламе. Московским УФАС России не установлено объективных обстоятельств, делающих невозможным соблюдение указанных требований.

Ответственность за невыполнение требований установленных статьей 16 Закона о рекламе, в части превышения допустимого законодательством о рекламе объема рекламы, распространяемой в периодических печатных изданиях, предусмотрена частью 3 статьи 14.3 КоАП РФ.

Таким образом, ответственность за нарушение требований ст. 16 Закона о рекламе, в соответствии с ч. 3 ст. 14.3 КоАП РФ, несет <...>

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.

Согласно пункту 7 части 1 статьи 4.2 КоАП РФ, к обстоятельствам, смягчающим административную ответственность относится добровольное исполнение до вынесения постановления по делу об административном правонарушении лицом, совершившим административное правонарушение, предписания об устранении допущенного нарушения, выданного ему органом, осуществляющим государственный контроль (надзор).

07.07.2015 Комиссией Московского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по результатам рассмотрения дела № 3-16-100/77-15 <...> было выдано предписание № 105 о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно о прекращении распространения рекламы в журнале «Детство для любящих родителей», с нарушением требований статьи 16 Закона о рекламе.

<...> до вынесения настоящего постановления в адрес Московского УФАС России представлены документы подтверждающие исполнение предписания № 105 от 07.07.2015.

Таким образом, установлено обстоятельство, смягчающее административную ответственность <...>

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность <...>, не установлено.

В соответствии с ч. 3 ст. 14.3 КоАП РФ, превышение допустимого законодательством о рекламе объема рекламы, распространяемой в периодических печатных изданиях влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от четырех тысяч до семи тысяч рублей; на юридических лиц - от сорока тысяч до ста тысяч рублей.

Таким образом штраф, подлежащий взысканию составляет 4 000 рублей.

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

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать <...> виновной в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч.3 ст. 14.3 КоАП РФ.

2. За нарушение ч. 3 ст. 14.3 КоАП РФ назначить <...> административное наказание в виде административного штрафа в размере 4 000 (четыре 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 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 № 4-14.3-872/77-15.

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.