

ПОСТАНОВЛЕНИЕ
о назначении административного наказания по делу
об административном правонарушении № 4-14.3-1238/77-15

«28» января 2016 года

г. Москва

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве <...>, рассмотрев протокол от 15.01.2016 и материалы дела № 4-14.3-1238/77-15 об административном правонарушении, возбужденного в отношении ООО «М.Спортс.ру», в связи с нарушением части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) при размещении рекламы матча Россия — Швеция на сайте www.sports.ru, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ), в присутствии представителя ООО «М.Спортс.ру» в лице <...> № 09 от 28.12.2015),

УСТАНОВИЛ:

Решением Комиссии Московского УФАС России от 29.09.2015 по делу № 3-5-136/77-15 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в действиях ООО «М.Спортс.ру» установлен факт нарушения части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося 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», без указания категории данной информационной продукции.

ООО «М.Спортс.ру» (107031, г. Москва, ул. Неглинная, д. 18, стр. 1) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 02.08.2012 за основным государственным регистрационным номером 1127746595547.

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.

Объявление на сайте sports.ru содержало следующие сведения: наименование мероприятия, дату проведения мероприятия, а также виртуальную кнопку «КУПИТЬ БИЛЕТ».

Исходя из содержания, целью размещения указанных сведений является привлечение внимания потребителей к спортивному мероприятию, а именно матчу между командами России и Швеции.

Информация размещалась в открытом доступе на сайте в сети «Интернет» по адресу sports.ru, 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 некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация содержит объекты рекламирования, распространялась неопределенному кругу лиц и, исходя из содержания, направлена на привлечение внимания потребителей к объекту рекламирования, а следовательно, является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.

Данный вывод Комиссии Московского УФАС России в полной мере подтверждается положениями Договора оказания услуг № 07 от 03.04.2015, заключенного между ООО «М.Спортс.ру» и ООО «Культурная служба», на основании которого спорная реклама была распространена.

ООО «Спортс.ру», ООО «М.Спортс.ру» факт того, что рассматриваемые объявления являются рекламой, не оспаривается.

Согласно части 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.

Согласно пункту 3 статьи 2 Закон о защите детей от информации, под зрелищным мероприятием понимается демонстрация информационной продукции в месте, доступном для детей, и в месте, где присутствует значительное число лиц, не принадлежащих к обычному кругу семьи, в том числе посредством проведения театрально-зрелищных, культурно-просветительных и зрелищно-развлекательных мероприятий.

В соответствии с пунктом 18 статьи 2 Федерального закона от 04.12.2007 № 329 «О физической культуре и спорте» (далее — Закон о спорте), под спортивным соревнованием понимается состязание (матч) среди спортсменов или команд спортсменов по различным видам спорта (спортивным дисциплинам) в целях выявления лучшего участника состязания (матча), проводимое по утвержденному его организатором положению (регламенту)

Согласно пункту 3.3 статьи 2 Закона о спорте, под зрителями понимаются физические лица, находящиеся в месте проведения официального спортивного соревнования, не являющиеся его участниками и иным образом не задействованные в проведении такого соревнования, в том числе в обеспечении общественного порядка и общественной безопасности при проведении такого соревнования.

В соответствии с пунктом 2 постановления Правительства Российской Федерации от 16.12.2013 № 1156 «Об утверждении Правил поведения зрителей при проведении официальных спортивных соревнований», под входным билетом понимается документ установленной организатором официального спортивного соревнования формы, подтверждающий право лица на посещение официального спортивного соревнования

Таким образом, исходя из факта распространения на хоккейный матч Россия - Швеция входных билетов, следует вывод о присутствии на рассматриваемом мероприятии зрителей, а равно указанное мероприятие является местом, где присутствует значительное число лиц, не принадлежащих к обычному кругу семьи.

Таким образом, матч между командами России и Швеции является зрелищным мероприятием, а следовательно, данный объект подпадает под понятие информационной продукции, установленное пунктом 5 статьи 2 Закона о защите детей от информации.

Между тем, установлено, что в рассматриваемой рекламе матча Россия - Швеция указание на категорию информационной продукции данного объекта отсутствует, что свидетельствует о несоблюдении требований части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

ООО «Спортс.ру», ООО «М.Спортс.ру» с указанным выводом Комиссии Московского УФАС России не согласились, пояснив следующее.

В соответствии с условиями Договора возмездного оказания услуг № 07 от 03.04.2015 ООО «М.Спортс.ру» обязуется оказать ООО «Культурная служба» возмездные услуги по размещению рекламных материалов ООО «Культурная

служба» в виде баннеров.

По утверждению ООО «М.Спортс.ру», рекламный материал на сайте в сети «Интернет» по адресу sports.ru направлен на привлечение внимания потребителей не к зрелищно-развлекательному мероприятию, а к услугам по продаже билетов для посещения любых зрелищных мероприятий, и в частности — указанного хоккейного матча.

Как сообщает ООО «М.Спортс.ру», рекламный материал представлял собой анимированный баннер в виде flash ролика, который активизируется при наведении курсора на размещенный на сайте в сети Интернет баннер. Анимация баннера, в том числе, содержала название сайта для покупки билетов ropominalu.ru и логотип сайта в виде совы. Скриншот экрана компьютера физического лица с изображением баннера ООО «Культурная служба», размещенного на сайте в сети «Интернет» по адресу sports.ru, находится в статическом состоянии. Поэтому в момент фиксации информации в виде скриншота на баннере отсутствует надпись ropominalu.ru и логотип в виде совы.

Довод ООО «М.Спортс.ру» не может быть принят Комиссией Московского УФАС России в связи со следующим.

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).

Рассматриваемая информация воспринимается Комиссией Московского УФАС России как комплексная, содержащая несколько объектов рекламирования. Привлекая внимание к сайту ropominalu.ru как к продавцу товара, рассматриваемая реклама также выделяет мероприятие, билеты на которое реализуются на данном сайте.

Так же, по мнению ООО «М.Спортс.ру», то, что объектом рекламирования является сайт ropominalu.ru подтверждается сравнением размеров надписей «Купить билет» и «Россия-Швеция», выраженных в процентах от общей площади баннера. Надпись «Купить билет» занимает 22% площади баннера, надпись «Россия-Швеция» - 12,5% площади баннера. А при нажатии на надпись «Купить билет» осуществляется переход на определенный сайт — ropominalu.ru, где можно приобрести билет на рассматриваемое мероприятие. Таким образом у пользователя отсутствует возможность выбора сайтов при попытке купить билет, используя размещенный на сайте sports.ru баннер.

Вышеизложенные доводы Общества относительно процентного соотношения занимаемых надписями площадей на баннере, прямого перехода

на сайт распространителя билетов и отсутствия выбора у пользователя иного сайта также не могут быть приняты Комиссией Московского УФАС России по следующим основаниям.

Наличие на одной рекламной площади фраз «матч Россия — Швеция» и «Купить билет» в совокупности привлекает внимание пользователя и потенциального потребителя к конкретному спортивному мероприятию и побуждает приобрести билеты на данное мероприятие у определенного распространителя. При нажатии на надпись «Купить билет» осуществляется переход на страницу сайта ronominalu.ru, где содержится информация посвященная матчу Россия - Швеция, а именно его наименование, дата, время и место проведения. Следовательно целью размещения данного информационного сообщения является рекламирование зрелищного мероприятия.

В соответствии с пунктом 6 части 4 статьи 11 Закона о защите детей от информации, оборот информационной продукции, содержащей информацию, предусмотренную статьей 5 Закона о защите детей от информации, без знака информационной продукции допускается, в отношении информации, распространяемой посредством информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети «Интернет», кроме сетевых изданий.

По мнению ООО «М.Спортс.ру», данное положение по аналогии распространяется на любую другую информационную продукцию (не только на сайты), размещаемую посредством сети «Интернет».

Следовательно, как, утверждает Общество, в рекламе не зарегистрированного в качестве средства массовой информации сайта в сети Интернет указывать категорию информационной продукции не требуется. Сайт ronominalu.ru не зарегистрирован в качестве средства массовой информации, то есть при размещении рекламы этого сайта в сети Интернет указание категории информационной продукции не требуется.

Данный довод Общества Комиссией Московского УФАС России не может быть принят во внимание в связи с тем, что часть 4 статьи 11 Закона защиты детей от информации содержит закрытый перечень случаев когда оборот информационной продукции может осуществляться без знака информационной продукции, т. е. указанная норма является императивной.

Таким образом, отнесение на основании аналогии иных объектов, помимо прямо указанных в части 4 статьи 11 Закона защиты детей от информации, к объектам, оборот которых допускается без указания категории информационной продукции является недопустимым.

Кроме того, как установлено выше, на сайте в сети Интернет sports.ru имела место реклама не сайта ronominalu.ru, а зрелищно-развлекательного мероприятия, а именно матча Россия — Швеция.

Резюмируя изложенное, в рекламе матча Россия - Швеция, распространяемой на сайте в сети «Интернет» по адресу sports.ru, который сам по себе в силу пункта 6 части 4 статьи 11 Закона о защите детей от информации

не подлежат классификации в соответствии с Законом о защите детей от информации, должен размещаться знак информационной продукции.

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

Таким образом, реклама матча Россия - Швеция, содержащая признаки нарушения части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе, является ненадлежащей.

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

Рассматриваемая реклама размещалась на сайте в сети «Интернет» по адресу sports.ru.

Согласно Лицензионному договору № ЛД/12 от 15.08.2012, ООО «Спортс.ру» (далее — Лицензиар) передает за вознаграждение ООО «М.Спортс.ру» (далее — Лицензиат) неисключительную лицензию на сайт sports.ru (далее — Сайт), в том числе с правом на размещение на Сайте и его компонентах, права пользования на которые переданы Лицензиату в рамках договора.

По мнению ООО «Спортс.ру», заключение Лицензионного договора с ООО «М.Спортс.ру» исключает его из круга лиц, ответственных за наполнение сайта. Следовательно таковым лицом является исключительно ООО «М.Спортс.ру».

В свою очередь, ООО «М.Спортс.ру» подтверждается факт размещения Обществом на сайте в сети «Интернет» по адресу sports.ru спорной рекламы.

Согласно Договору возмездного оказания услуг № 07 от 03.04.2015 (далее — Договор), ООО «М.Спортс.ру» (далее — Исполнитель) оказывает ООО «Культурная служба» (далее — Заказчик) возмездные Услуги по размещению рекламы.

Под термином «Услуги по размещению рекламы», согласно пункту 1.6. Договора возмездного оказания услуг, понимаются услуги, оказываемые Заказчику в соответствии с Договором и включающие в себя услуги по размещению рекламы на Интернет-медийных позициях. В соответствии с пунктом 1.5. под «Интернет-медийными позициями» понимаются места отображения (показа) рекламных материалов в виде баннера, содержащего рекламный текст и/или графическое изображение и гиперссылку, на страницах информационных ресурсов (сайтов) в сети Интернет.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что лицом, осуществившим распространение рассматриваемой рекламы в сети «Интернет» по адресу sports.ru, а равно ее рекламодателем, является ООО «М.Спортс.ру».

Согласно части 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных частью 10.1 статьи 5 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.

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

Таким образом, ответственность за нарушение части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе при распространении рекламы матча Россия — Швеция в информационно-коммуникационной сети «Интернет» на сайте www.sports.ru несет ООО «М.Спортс.ру».

Местом совершения административного правонарушения является место выявления рекламы, распространенной в сети «Интернет» - г. Москва.

Время совершения административного правонарушения — 06.04.2015 (первый день распространения спорной рекламы в сети «Интернет», по адресу sports.ru).

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 «М.Спортс.ру» состоит в распространении рекламы матча Россия — Швеция на сайте www.sports.ru, 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 частью 10.1 статьи 5 Закона о рекламе, предусмотрена ч. 1 ст. 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 ООО «М.Спортс.ру».

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.

Согласно письменным пояснениям ООО «М.Спортс.ру», спорная реклама размещалась с 06.04.2015 по 26.04.2015, учитывая непродолжительный срок распространения информации, охраняемым общественным отношениям не было нанесено существенного вреда. ООО «М.Спортс.ру» ранее не привлекалось к административной ответственности за совершение административных правонарушений, ответственность за которые предусмотрена ст. 14.3 КоАП РФ.

Согласно ч. 3.2 ст. 4.1 КоАП РФ, при наличии исключительных обстоятельств, связанных с характером совершенного административного правонарушения и его последствиями, имущественным и финансовым положением привлекаемого к административной ответственности юридического лица, судья, орган, должностное лицо, рассматривающие дела об административных правонарушениях либо жалобы, протесты на постановления и (или) решения по делам об административных правонарушениях, могут назначить наказание в виде административного штрафа в размере менее минимального размера административного штрафа, предусмотренного соответствующей статьей или частью статьи раздела II КоАП РФ, в случае, если минимальный размер административного штрафа для юридических лиц составляет не менее ста тысяч рублей.

Согласно ч. 3.3 ст. 4.1 КоАП РФ, при назначении административного наказания в соответствии с ч. 3.2 настоящей статьи размер административного штрафа не может составлять менее половины минимального размера административного штрафа, предусмотренного для юридических лиц соответствующей статьей или частью статьи раздела II КоАП РФ.

При таких обстоятельствах, учитывая непродолжительное время распространения спорной рекламы, несоразмерность размера штрафа характеру совершенного административного правонарушения и его последствиям, должностное лицо административного органа приходит к выводу об избыточном ограничении подобным взысканием прав виновного лица, в связи с чем считает возможным назначение указанному лицу административного наказания применительно к положениям ч. 3.2 ст. 4.1 КоАП РФ, предусматривающим в исключительных случаях, избрание наказания в виде штрафа в размере менее минимального размера административного штрафа, предусмотренного конкретной статьей КоАП РФ.

Таким образом штраф, подлежащий взысканию составляет 50 000 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. 1 ст. 14.3 КоАП РФ назначить ООО «М.Спортс.ру» (юридический адрес: 107031, г. Москва, ул. Неглинная, д. 18, стр. 1; ОГРН 1127746595547; ИНН 7702795047; КПП 770201001) административное наказание в виде административного штрафа в размере 50 000 (пятидесяти 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 ООО «М.Спортс.ру», 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, л/с 04731324890)

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

№ 4-14.3-1238/77-15.

Согласно ч. 1 ст. 20.25 КоАП РФ неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двухкратном 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.