

ПОСТАНОВЛЕНИЕ
о назначении административного наказания по делу
об административном правонарушении № 4-14.3-41/77-16

«12» февраля 2016 года

г. Москва

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве (далее – Московское УФАС России) <....>, рассмотрев протокол от 08.02.2016 и материалы дела об административном правонарушении № 4-14.3-41/77-16, возбужденного в отношении должностного лица ЗАО «Конде Наст» — <....>, 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 «Конде Наст» рекламы «World of tanks», размещаемой в журналах «GQ Россия» апрель 2015, а также рекламы «GQ на планшет», размещаемой в журнале «GQ Россия» март-апрель 2015 без указания категории данной информационной продукции, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ), в присутствии <....>.

УСТАНОВИЛ:

ЗАО «Конде Наст» (адрес: 109004, г. Москва, ул. Николоямская, д. 54) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 26.02.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027739270052, ИНН 7709244433, КПП 770901001.

Решениями Комиссии Московского УФАС России по делу № 3-5-153/77-15 от 26.11.2015, по делу № 3-5-152/77-15 от 23.11.2015 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в действиях ЗАО «Конде Наст» при распространении рекламы «World of tanks», размещаемой в журналах «GQ Россия» в период апрель 2015 года, а также рекламы «GQ на планшет», размещаемой в журнале «GQ Россия» март-апрель 2015, установлено нарушение части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон 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 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.

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.

Согласно Свидетельству о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-38362 от 20.01.2010, выданному Роскомнадзором, учредителем журнала «GQ Россия» является ЗАО «Конде Наст» (109004, г. Москва, ул. Николоямская, д. 54; 125009, г. Москва, ул. Большая Дмитровка, д. 11, стр. 7). В соответствии с графой «Примерная тематика и специализация», данное средство массовой информации является журналом для мужчин, о стиле жизни и современных тенденциях в культуре, моде, спорте, технике, бизнесе. Объем рекламы не может превышать 40 %.

Таким образом, установлено, что журнал «GQ Россия» является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы, территорией распространения которого является вся территория Российской Федерации и зарубежные страны.

Макеты рассматриваемой рекламы содержат следующие сведения: изображение мобильных устройств с приложением «Журнал GQ», а также предложение скачать данное приложение в App Store и Google Play.

Исходя из содержания, целью размещения указанных сведений является привлечение внимания потребителей к программе для электронных вычислительных машин, а именно к приложению «Журнал GQ».

Страница 99 журнала «GQ Россия» № 04 апрель 2015 содержит материал под заголовком «Кодекс чести», содержащий изображение танков, текст «Игры разума ... Сейчас время «триатлона»: страйкбола, парашютного спорта и военно-исторического экшена World of Tanks», а также индивидуализирующие обозначения «Wargaming.net LET'S BATTLE» и «World of Tanks».

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.

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 Закон о защите детей от информации, информационной продукцией является 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.

В соответствии со статьей 1261 Гражданского Кодекса Российской Федерации, программой для ЭВМ является представленная в объективной форме совокупность данных и команд, предназначенных для функционирования ЭВМ и других компьютерных устройств в целях получения определенного результата, включая подготовительные материалы, полученные в ходе разработки программы для ЭВМ, и порождаемые ею аудиовизуальные отображения.

Согласно указанным в рекламе сведениям, с помощью приложения «Журнал GQ» можно приобрести и просматривать электронную версию журнала «GQ Россия».

Таким образом, приложение «Журнал GQ» по своей природе является программой для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ), 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 приложения «Журнал GQ», размещенной на странице 49 журнала «GQ Россия» за апрель 2015; на странице журнала 65 «GQ Россия» за март 2015, указание на категорию информационной продукции данного объекта отсутствует, что свидетельствует о несоблюдении требований части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

Исходя из сведений, представленных в пункте 1.3 пользовательского соглашения, размещенного на официальном сайте компьютерной игры «world of tanks» по адресу http://worldoftanks.ru/ru/content/docs/user_agreement/, игрой является одна из следующих интерактивных компьютерных онлайн-игр: world of tanks, world of warplanes, world of warships, world of tanks на xbox 360 и xbox one, world of tanks generals или world of tanks blitz, являющаяся программой для ЭВМ и включающая в себя игровые ресурсы, дополнения и обновления к игре (патчи), а также базы данных.

Таким образом, компьютерная игра «World of Tanks» подпадает под понятие информационной продукции, установленное пунктом 5 статьи 2 Закона о защите детей от информации.

Однако в рекламе компьютерной игры «World of Tanks», являющейся программой для ЭВМ, отсутствует указание на категорию информационной продукции.

Таким образом, установлен факт нарушения части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе, выразившийся в распространении указанной рекламы без указания категории данной 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 компьютерной игры «World of Tanks» в журнале «GQ Россия» № 04 апрель 2015, реклама приложения «Журнал GQ», размещенной на странице 49 журнала «GQ Россия» за апрель 2015; на странице журнала 65 «GQ

Россия» за март 2015, является ненадлежащей.

Установлено, что размещение спорной рекламы осуществлялось в журнале «GQ Россия», учредителем и издателем журнала «GQ Россия» является ЗАО «Конде Наст», что подтверждается копией свидетельства о регистрации средства массовой информации, представленной в материалах дела, а также выходными данными журнала.

Согласно пункту 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 содержания объекта рекламирования до сведения потребителей.

На основании изложенного, должностное лицо Московского УФАС России приходит к выводу, что рекламодателем спорной рекламы является ЗАО «Конде Наст».

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

Таким образом, в действиях ЗАО «Конде Наст» при распространении рекламы приложения «Журнал GQ» на странице 49 журнала «GQ Россия» за апрель 2015; на странице журнала 65 «GQ Россия» за март 2015, а также рекламы «World of tanks» в журнале «GQ Россия» № 04 апрель 2015 установлен факт нарушения части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

Местом совершения административного правонарушения является территория распространения журналов «GQ Россия», в том числе город Москва.

Время совершения административного правонарушения — 17.02.2015 (дата выхода в свет журнала «GQ Россия» март 2015), 16.03.2015 (дата выхода в свет журнала «GQ Россия» апрель 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.

В соответствии с документами, представленными ЗАО «Конде Наст» в адрес Московского УФАС России, <...> является лицом, ответственным за распространение ЗАО «Конде Наст» рекламы приложения «Журнал GQ» на странице 49 журнала «GQ Россия» за апрель 2015; на странице журнала 65 «GQ Россия» за март 2015, а также рекламы «World of tanks» в журнале «GQ Россия» № 04 апрель 2015 с нарушением части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

На основании изложенного, 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 него мер по соблюдению требований законодательства при распространении приложения «Журнал GQ» на странице 49 журнала «GQ Россия» за апрель 2015; на странице журнала 65 «GQ Россия» за март 2015, а также рекламы «World of tanks» в журнале «GQ Россия» № 04 апрель 2015 с нарушением части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе. Должностным лицом Московского УФАС России не установлено объективных обстоятельств, делающих невозможным соблюдение указанных требований.

<...> данный факт не оспаривается, свою вину признает, что подтверждается пояснениями, изложенными лицом, привлекаемым к административной ответственности в рамках составления протокола об административном правонарушении.

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

В соответствии с частью 3 статьи 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 <...>

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.

Таким образом штраф, подлежащий взысканию составляет 4 000 рублей.

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

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать <...> виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

2. За нарушение части 1 статьи 14.3 КоАП РФ, назначить должностному лицу <...> административное наказание в виде административного штрафа в размере 4 000 (четыре тысячи) 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 ст. 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 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 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 зарегистрирован <....>, 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 № 4-14.3-41/77-16.

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 установленном законом порядке в течение десяти суток со дня вручения или получения 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. Согласно частью 1 ст. 20.25 КоАП РФ, неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа.

Приложение на 1 листе.

Заместитель руководителя

<...>