



УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания в виде административного штрафа
по делу № 066/04/14.3-3137/2019 об административном правонарушении
(ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ)

02.10.2019

г. Екатеринбург

Резолютивная часть оглашена 30.09.2019

В полном объеме изготовлено 02.10.2019

Заместитель руководителя Свердловского УФАС России <...>, рассмотрев на основании ст. 23.48 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) и в порядке ст. 29.7 КоАП РФ протокол от 30.09.2019 и иные материалы дела об административном правонарушении в отношении **Государственного автономного учреждения печати Свердловской области «Редакция газеты «Диалог»** (ИНН 6679026779, ОГРН 1136679000050, КПП 667901001, юр. адрес: 623380, Свердловская область, г. Полевской, Ялунина мкр., 7, далее – ГАУП СО «Редакция газеты «Диалог»)),

УСТАНОВИЛ:

Поводом к возбуждению дела согласно п.1 ч.1 ст.28.1 КоАП РФ и примечания к ней явилось непосредственное обнаружение должностным лицом Свердловского УФАС России достаточных данных, указывающих на наличие события совершенного административного правонарушения, а именно, установленный при анализе заявления Управления Роскомнадзора по УрФО (вх. №№ 01-11601 от 16.05.2019, 01-12080 от 22.05.2019) факт распространения рекламы зрелищных мероприятий «Вспоминая Яна Френкеля», «Время выбрало нас», «Ладощки», а также на странице 28 рекламы зрелищного мероприятия – спектакля «Звук позади самолета или разговор, которого не было», в которых отсутствует знак информационной продукции, предусмотренный Федеральным законом от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (далее – Закон о защите детей от информации), что противоречит требованиям ч. 10.1 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

Дело согласно п. 3 ч. 4 ст. 28.1 КоАП РФ возбуждено 30.09.2019 путем составления ведущим специалистом-экспертом отдела контроля органов власти Свердловского УФАС России <...> протокола об административном правонарушении (ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ) с участием законного представителя - директора ГАУП СО «Редакция газеты «Диалог» <...>, извещенного в порядке ст. 25.15 КоАП РФ о времени и месте составления протокола, что подтверждается отчетом об отслеживании почтового отправления № 80083040415597, размещенном сайте ФГУП «Почта России» <https://www.pochta.ru/>, согласно которому корреспонденция (исх. № 19769 от 05.09.2019), содержащая

информацию о дате и времени составления протокола, направленная по адресу учреждения, указанному в ЕГРЮЛ (623380, Свердловская область, г. Полевской, Ялунина мкр., 7), была получена 11.09.2019.

В Свердловское УФАС России поступило ходатайство главного редактора ГАУП СО «Редакция газеты «Диалог» <...> о рассмотрении дела 30.09.2019 в 12:00.

Определением от 30.09.2019 рассмотрение дела назначено на 30.09.2019 в 12 час. 00 мин.

Дело, в соответствии с ч. 3 ст. 25.4 КоАП РФ, рассмотрено 30.09.2019 с участием законного представителя ГАУП СО «Редакция газеты «Диалог» - главного редактора <...>, извещенного в порядке ст. 25.15 КоАП РФ о времени и месте рассмотрения дела, что подтверждается личной явкой законного представителя.

Отводов не заявлено, а обстоятельств, исключающих возможность рассмотрения дела должностным лицом Свердловского УФАС России (ст. 29.2 КоАП РФ) и участия в производстве по делу участвующих в нем лиц (ст. 25.12 КоАП РФ), не выявлено.

Оценив в порядке ст.26.11 КоАП РФ имеющиеся в деле доказательства, должностное лицо, осуществляющее производство по делу, приходит к следующим выводам относительно подлежащих согласно ст.26.1 КоАП РФ выяснению обстоятельств:

1. Событие предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ административного правонарушения образуют действие (бездействие), выраженное в нарушении законодательства о рекламе.

В Свердловское УФАС России поступило обращение Управления Роскомнадзора по Уральскому федеральному округу (вх. №№ 01-11601 от 16.05.2019, 01-12080 от 22.05.2019), содержащее информацию о распространении в газете «Диалог» № 8 (2016) от 06.02.2019 (свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ66-01549 от 04.02.2016) на странице 16, рекламы зрелищных мероприятий «Вспоминая Яна Френкеля», «Время выбрало нас», «Ладошки», а также на странице 28 рекламы зрелищного мероприятия – спектакля «Звук позади самолета или разговор, которого не было», в которых, знак информационной продукции, предусмотренный Законом о защите детей от информации отсутствует.

Целями Закона о рекламе являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Реклама – 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 (п. 1 ст. 3 Закона о рекламе).

Объект рекламирования – 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 (п. 2 ст. 3 Закона о рекламе).

В газеты «Диалог» № 8 (2016) от 06.02.2019 на странице 16 и на странице 28, размещена информация следующего содержания:

на странице 16:

1) 14 февраля ЦДК СТЗ

«Время выбрало нас...»

Вечер памяти воинов-интернационалистов,
посвященный 30-летию вывода войск из
Афганистана

В программе:

15:30 Выставка-презентация «Шурави»

16:00 Церемония вручения юбилейных медалей

17:00 Гала-концерт фестиваля солдатской
песни

«За веру! За отчизну! За любовь!»

30 лет вывода советских войск из
Афганистана»;



2) 16 февраля 16:00 ЦДК СТЗ Малый зал

Музыкальная гостиная

«Вспоминая Яна Френкеля

Приглашаем окунуться в музыкальный мир
советского композитора и спеть известные песни
«Русское поле», «Вальс расставания», «Театральный
городок» вместе с народным хором ветеранов
«Прялица»

Вход свободный»;



3) «17 февраля ЦДК СТЗ Малый зал 11:00

Цикл развивающих встреч для малышей «Ладочки»

Тайна волшебного цветка

<...>

Входной билет на представление

Продолжительность 45 минут

Тел.: 3-64-42»



на странице 28:

4) Премьера спектакля по пьесе Родиона Белецкого «Звук позади самолета или разговор, которого не было»

21 февраля ДКиТ СТЗ 18.00».



Из определения понятия «реклама» следует, что для признания информации рекламой она должна одновременно выполнять несколько условий, а именно:

- быть распространенной любым способом, в любой форме;
- быть адресованной неопределенному кругу лиц;
- быть направленной на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В данной норме 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 ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена. Соответственно, распространение такой неперсонифицированной информации о лице, товаре, услуге должно признаваться распространением среди неопределенного круга лиц, поскольку заранее невозможно определить всех лиц, для которых такая информация будет доведена.

Реклама должна формировать или поддерживать интерес к объектам рекламирования. Чтобы информация могла считаться рекламой, она должна целенаправленно представить вниманию потребителей объект рекламы. Признаком рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, формировании к нему положительного отношения и закреплении его образа в памяти потребителя. Под рекламой следует понимать сведения, распространяемые исключительно для формирования и поддержания интереса к юридическому или физическому лицу, его товарам, идеям и начинаниям. Реклама призвана способствовать реализации товаров, идей и начинаний. Реклама должна влиять на мотивацию потребителя при выборе товара и побуждать его совершить определенные действия в отношении объекта рекламирования, вступить в конкретные правоотношения купли-продажи по поводу рекламируемой продукции. Такая способность является отличительной чертой рекламы.

В соответствии с п. 1, п. 3 ст. 455 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ), товаром по договору купли-продажи могут быть любые вещи, не изъятые из оборота. Условие договора купли-продажи о товаре считается согласованным, если договор позволяет определить наименование и количество товара.

Пунктом 1 ст. 467 ГК РФ установлено, что если по договору купли-продажи передаче подлежат товары в определенном соотношении по видам, моделям, размерам, цветам или иным признакам (ассортимент), продавец обязан передать покупателю товары в ассортименте, согласованном сторонами.

По мнению специалистов ФАС России, изложенному в Письме от 27.12.2017 №АК/92163/17 «О разграничении понятий вывеска и реклама», системный анализ гражданского законодательства Российской Федерации свидетельствует о том, что объектом рекламирования может выступать тот *товар*, предназначенный для продажи или иного введения в гражданский оборот, который можно *индивидуализировать, выделить среди однородной группы товаров*. Соответственно, реклама товара всегда представляет собой *информацию о конкретном товаре*, который можно индивидуализировать внутри группы однородных товаров. Рекламой признается информация, позволяющая четко обозначить, индивидуализировать конкретный объект рекламирования, выделить его среди однородных товаров и сформировать к нему интерес в целях продвижения на рынке, в том числе в случае размещения такой информации на рекламных конструкциях. Информация, не содержащая указания на объект рекламирования, в том числе наименования организации, названий товаров (работ, услуг), средств индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий, которые позволяют выделить конкретное лицо или конкретный товар среди множества однородных, не направленная на их продвижение на рынке и не формирующая интереса к ним, не является рекламой, поскольку такая информация не содержит объекта рекламирования.

Указанная информация соответствует понятию реклама, изложенному в п. 1. ст. 3 Закона о рекламе, поскольку распространена в газете «Диалог», адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания и поддержание

интереса к объектам рекламирования – зрелищным мероприятиям: «Вспоминая Яна Френкеля» (запланированного к проведению 16.02.2019), «Время выбрало нас» (запланированного к проведению 14.02.2019), «Ладощки» (запланированного к проведению 17.02.2019), спектакль «Звук позади самолета или разговор, которого не было» (запланированного к проведению 21.02.2019), формирование и поддержание интереса к данному зрелищным мероприятиям, и их продвижение на рынке.

В соответствии с ч. 10.1 ст. 5 Закона о рекламе, не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона № 436-ФЗ от 29.12.2010 «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», без указания категории данной информационной продукции.

Статьей 2 Закона о защите детей от информации установлены следующие понятия:

знак информационной продукции – графическое и (или) текстовое обозначение информационной продукции в соответствии с классификацией информационной продукции, предусмотренной частью 3 статьи 6 настоящего Федерального закона (п. 2);

зрелищное мероприятие – 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 (п. 3);

информационная продукция – 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 (п. 5);

Согласно ч. 1 ст. 12 Закона о защите детей от информации, категория информационной продукции может обозначаться знаком информационной продукции и (или) текстовым предупреждением об ограничении распространения информационной продукции среди детей.

В соответствии с ч. 3 ст. 6 Закона о защите детей от информации классификация информационной продукции осуществляется по следующим категориям информационной продукции:

- 1) информационная продукция для детей, не достигших возраста шести лет;
- 2) информационная продукция для детей, достигших возраста шести лет;
- 3) информационная продукция для детей, достигших возраста двенадцати лет;
- 4) информационная продукция для детей, достигших возраста шестнадцати лет;
- 5) информационная продукция, запрещенная для детей информационная продукция, запрещенная для детей (информационная продукция, содержащая информацию, предусмотренную ч. 2 ст. 5 настоящего Федерального закона).

Таким образом, рассматриваемые мероприятия: «Вспоминая Яна Френкеля», «Время выбрало нас», «Ладощки», спектакля «Звук позади самолета или разговор, которого не было» является зрелищными мероприятиями, а, следовательно, информационной продукцией, распространяемой в периодическом печатном издании. Реклама данных зрелищных мероприятий должна сопровождаться указанием категории данной информационной продукции.

В рассматриваемой рекламе зрелищных мероприятий отсутствует знак информационной продукции, предусмотренный ч. 3 ст. 6 Закона о защите детей от информации, в связи с чем, имеется нарушение ч. 10.1 ст. 5 Закона о рекламе.

Кроме того, согласно ст. 42 Закона РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» никто не вправе обязать редакцию опубликовать отклоненное ею произведение, письмо, другое сообщение или материал, если иное не предусмотрено законом.

2. За нарушение рекламораспространителем рекламного законодательства ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность.

В соответствии с ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение ч. 10.1 ст. 5 Закона о рекламе несет рекламораспространитель.

Рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (п. 7 ст. 3 Закона о рекламе).

Управление Роскомнадзора по УрФО к своему обращению приложило копию регистрационной карточки СМИ «Диалог», копию Выписки из реестра зарегистрированных средств массовой информации по состоянию на 15.05. 2019, которая содержит следующую информацию.

Согласно свидетельству от 14.05.2019 ПИ № ТУ66-01766 о регистрации средства массовой информации – газеты «Диалог» учредителем СМИ «Диалог» является Департамент информационной политики Свердловской области, Администрация Полевского городского округа, Дума Полевского городского округа. Адрес редакции: 623380, Свердловская область, г. Полевской, мкр. Ялунина, д. 7.

В соответствии с Уставом редакции газеты «Диалог» принятым 13.04.2016, редакция газеты «Диалог» является юридическим лицом организованным в форме государственного автономного учреждения Свердловской области «Редакция газеты «Диалог» (п. 1.2).

Согласно учредительному договору средства массовой информации «Диалог» от 30.12.2015, редакцией СМИ является Государственное автономное учреждение печати Свердловской области «Редакция газеты «Диалог».

Таким образом, рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ГАУП СО «Редакция газеты «Диалог» (ИНН 6679026779, ОГРН, 1136679000050, юр. адрес: 623385, Свердловская обл., г. Полевской, мкр. Ялунина, д. 7).

3. Административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность (п.1 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 настоящим Кодексом или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

В отличие от физических лиц в отношении юридических лиц КоАП РФ формы вины (статья 2.2 КоАП РФ) не выделяет. Следовательно, и в тех случаях, когда в соответствующих статьях Особенной части КоАП РФ возможность привлечения к административной ответственности за административное правонарушение ставится в зависимость от формы вины, в отношении юридических лиц требуется лишь установление того, что у соответствующего лица имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых предусмотрена административная ответственность, но им не были

приняты все зависящие от него меры по их соблюдению (часть 2 статьи 2.1 КоАП РФ). Обстоятельства, указанные в части 1 или части 2 статьи 2.2 КоАП РФ, применительно к юридическим лицам установлению не подлежат.

Главный редактор ГАУП СО «Редакция газеты «Диалог» <...> в объяснении к протоколу указала, что с протоколом и обвинениями не согласна, письменные пояснения были представлены ранее.

В письменных пояснениях (вх. № 01-21117 от 19.08.2019) указано следующее.

В газете «Диалог» № 8 от 06.02.2019 на страницах 16 и 28 размещена информация, поступившая в редакцию от <...>, с которой заключен договор гражданско- правового характера от 09.01.2019 на оказание услуг по предоставлению информационных материалов, а именно перечня предстоящих мероприятий событийного, развлекательного и иного характера для публикации в общественно-политической газете «Диалог». В соответствии с п. 2.1.2. заключенного с <...> договора гражданско-правового характера об оказании услуг, Исполнитель обязан самостоятельно проверить предоставляемую информацию на соответствие действующему законодательству РФ.

04.02.2019 <...> в редакцию газеты «Диалог» был представлен перечень мероприятий на период с 6 февраля по 13 февраля 2019 г. и поставлен в номер. Поскольку в выходных данных газеты стоит маркировка «16+», редакция считает, что газету читает население Полевского старше указанного возраста. Читатели категории «16+» должны самостоятельно предпринимать меры по недопуску к информации, если таковая имеется, наносящей вред здоровью и развитию детей, аудитории младше возраста, указанного в выходных данных издания.

В соответствии с п. 5 ст. 2 Закона о защите детей от информации, под информационной продукцией понимаются 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.

Под оборотом информационной продукции (п. 12 ст. 2 Закона о защите детей от информации) понимается предоставление и (или) распространение информационной продукции, включая ее продажу (в том числе распространение по подписке), аренду, прокат, раздачу, выдачу из фондов общедоступных библиотек, публичный показ, публичное исполнение (в том числе посредством зрелищных мероприятий), распространение посредством эфирного или кабельного вещания, информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети «Интернет», и сетей подвижной радиотелефонной связи.

Редакция газеты «Диалог» не является ни производителем, ни распространителем информационной продукции, указанной в опубликованном в газете перечне предстоящих культурных и спортивных событий (фильмов, спектаклей, соревнований и др.). Единственной информационной продукцией, распространяемой редакцией, является непосредственно газета «Диалог», возрастная маркировка которой указана в выходных данных издания. Соответственно, ГАУП СО «Редакция газеты «Диалог» считает, что ни редакция, ни главный редактор не могут нести ответственность за отсутствие знака информационной продукции, поскольку ответственность законодатель возложил на производителя и распространителя именно информационной продукции. В данном случае - на создателей спектаклей и зрелищных мероприятий и их распространителей -

культурных и спортивных учреждений, в которых будет производиться демонстрация соответствующих зрелищных мероприятий.

На сегодняшний день от населения Полевского городского округа не поступило ни одной жалобы о нанесении вреда здоровью и развитию детей информационной продукцией, распространенной в газете «Диалог».

Кроме того, ГАУП СО «Редакция газеты «Диалог» просит принять во внимание, что данному выпуску газеты «Диалог», а именно № 8 от 06.02.2019 и информации, размещенной на страницах 16 и 28 имеется решение суда, вступившее в законную силу. В соответствии с Постановлением от 24.04.2019 г., выданным мировым судьей судебного участка №1 Полевского судебного района Свердловской области <...> в отношении дела об административном правонарушении по ч. 2 ст. 13.21 КоАП РФ в отношении главного редактора газеты «Диалог» <...>, суд постановил «Производство по делу об административном правонарушении, предусмотренном частью 2. ст. 13.21 КоАП РФ в отношении главного редактора газеты «Диалог» <...> прекратить на основании п. 2 ч.1 ст. 24.5 КоАП РФ за отсутствием состава административного правонарушения». Данное Постановление не обжаловано.

На основании вышеизложенного, ГАУП СО «Редакция газеты «Диалог» считает, что в данном случае привлечение к административной ответственности за один и тот же выпуск газеты «Диалог» - № 8 от 06.02.2019 г. и информации, размещенной на страницах 16 и 28 является повторным привлечением к административной ответственности. Частью 5 статьи 4.1 КоАП РФ предусмотрено, что никто не может нести административную ответственность дважды за одно и то же административное правонарушение, если такое имело место быть.

Кроме того, согласно пункту 7 части 1 статьи 24.5 КоАП РФ, если ведется производство по делу об административном правонарушении, либо его только собираются возбудить и будет установлено, и уже имеются:

1. постановление о назначении административного наказания по тому же самому факту, или
2. постановление о прекращении производства по делу об административном правонарушении по тому же самому факту, или
3. постановления о возбуждении уголовного дела по тому же самому факту, в таком случае производство по делу об административном правонарушении не может быть возбуждено либо подлежит прекращению.

В соответствии с Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508 «Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе» п. «г» ст. 17 Антимонопольный орган вправе отказать в возбуждении дела по факту, явившемуся основанием для обращения с заявлением, если имеется вступившее в законную силу решение суда.

На основании вышеизложенного, ГАУП СО «Редакция газеты «Диалог» просит освободить редакцию газеты «Диалог» от ответственности как ненадлежащего ответчика.

По результатам оценки в соответствии со ст. 26.11 КоАП РФ представленных материалов должностное лицо установило, что ГАУП СО «Редакция газеты «Диалог» имело возможность распространить рекламные материалы с указанием категории информационной продукции в соответствии с законодательством Российской Федерации, в том числе и в виду того, что никто не вправе обязать редакцию опубликовать отклоненное ею произведение, письмо, другое сообщение или материал, если иное не предусмотрено законом (ст. 42 Закона РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации»).

Однако ГАУП СО «Редакция газеты «Диалог» не были приняты все зависящие от него меры для предупреждения правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ (нарушение законодательства о рекламе), не были надлежащим образом исполнены организационно-распорядительные и административные функции, контроль за соблюдением требований законодательства о рекламе (в данном случае, ч. 10.1 ст. 5 Закона о рекламе – размещение рекламы информационной продукции без указания категории данной информационной продукции) не был обеспечен, вследствие чего было допущено вышеуказанное правонарушение.

Доказательств того, что ГАУП СО «Редакция газеты «Диалог» приняло все зависящие от него меры для соблюдения требований законодательства, в материалах дела не имеется, как и не представлены доказательства объективной невозможности соблюдения требований действующего законодательства.

Таким образом, ГАУП СО «Редакция газеты «Диалог» виновно в совершении административного правонарушения, ответственность за которое установлена ч.1 ст.14.3 КоАП РФ.

4. Обстоятельства, смягчающие (ст. 4.2 КоАП РФ) административную ответственность, не выявлены.

5. Обстоятельства, отягчающие (ст. 4.3 КоАП РФ) административную ответственность, не выявлены.

6. Ущерб, причиненный административным правонарушением, не выявлен.

7. Обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении (ст. 24.5 КоАП РФ), не выявлено. Срок давности привлечения к административной ответственности за нарушение законодательства о рекламе (ст.14.3 КоАП РФ) составляет один год со дня совершения административного правонарушения (ч.1 ст.4.5 КоАП РФ). Факт распространения ненадлежащей рекламы зафиксирован в газете *«Диалог»* (выпуск № 8 (2016) от 06.02.2019). Таким образом, срок привлечения к административной ответственности – до 06.02.2020.

8. Причины и условия, способствовавшие совершению административного правонарушения, не выявлены.

За совершение юридическим лицом предусмотренных ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ административных правонарушений установлено административное наказание в виде штрафа в размере от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Согласно ч. 1 ст. 4.1.1 КоАП РФ, являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, и юридическим лицам, а также их работникам за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей раздела II настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных ч. 2 ст. 3.4 настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных ч. 2 настоящей статьи.

В соответствии с ч.2 ст.3.4 КоАП РФ, предупреждение устанавливается за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы

чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при отсутствии имущественного ущерба.

В Едином реестре субъектов малого и среднего предпринимательства, размещенном на сайте ФНС России, сведения о ГАУП СО «Редакция газеты «Диалог» (ИНН 6679026779), как о субъекте малого или среднего предпринимательства отсутствуют, доказательств иного учреждением в ходе рассмотрения дела об административном правонарушении не представлено.

Согласно ст. 2.9 КоАП РФ, при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, орган, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

Малозначительным административным правонарушением является действие или бездействие, хотя формально и содержащее признаки состава административного правонарушения, но с учетом характера совершенного правонарушения и роли правонарушителя, размера вреда и тяжести наступивших последствий не представляющее существенного нарушения охраняемых общественных правоотношений (Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24.03.2005 № 5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях»).

Согласно п.18 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях», при квалификации правонарушения в качестве малозначительного судам необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения. Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям.

Возможность или невозможность квалификации деяния в качестве малозначительного не может быть установлена абстрактно, исходя из сформулированной в КоАП РФ конструкции состава административного правонарушения, за совершение которого установлена ответственность.

В рассматриваемой ситуации доказательств наличия каких-либо исключительных обстоятельств, позволяющих квалифицировать правонарушение, совершенное ГАУП СО «Редакция газеты «Диалог», как малозначительное, не представлено.

Немотивированные случаи прекращения производства по делу по малозначительности и освобождения от административной ответственности за допущенные нарушения неизбежно ведут к формированию у подотчетных субъектов халатного отношения к исполнению своих обязанностей, уверенности в собственной безнаказанности.

Необоснованное применение ст. 2.9 КоАП РФ противоречит задачам производства по делам об административных правонарушениях, сформулированным в ст.24.1 КоАП РФ, основополагающей из которых является обеспечение исполнения вынесенного постановления.

На основании вышеизложенного, учитывая общественно-значимый характер совершенного правонарушения (распространение рекламы без согласия на то абонента), с учетом способа распространения, общественных отношений, на защиту которых направлены требования и ограничения, установленные ст. 5 Закона о рекламе, руководствуясь статьями 4.1. – 4.4, ч. 1 ст. 14.3, статьями 23.48, 24.5, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать **ГАУП СО «Редакция газеты «Диалог»** (ИНН 6679026779, ОГРН 1136679000050, КПП 667901001, юр. адрес: 623380, Свердловская область, г. Полевской, Ялунина мкр., 7) виновным в совершении административного правонарушения, административная ответственность за которое установлена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, и назначить ему административное наказание в виде административного штрафа в минимальном размере **100 000 (сто тысяч) рублей**.

Статьей 31.5 КоАП РФ предусмотрены отсрочка и рассрочка исполнения постановления о назначении административного наказания.

В соответствии с п. 3 ч. 1 ст. 30.1 и ч. 1 ст. 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу, либо в суд по месту рассмотрения дела в срок, установленный действующим законодательством.

Жалоба на постановление по делу об административном правонарушении может быть подана в течение *десяти суток* со дня вручения или получения копии постановления (ч.1 ст.30.3 КоАП РФ).

Административный штраф должен быть уплачен в полном размере лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу, за исключением случая, предусмотренного частью 1.1 или 1.3 настоящей статьи, либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 настоящего Кодекса (ч. 1 ст. 32.2 КоАП РФ).

В трехдневный срок со дня уплаты штрафа ГАУПСО «Редакция газеты «Диалог» надлежит представить в Свердловское УФАС России надлежащим образом заверенные копии платежных документов.

Суммы штрафов, уплаченных за нарушения законодательства о рекламе, зачисляются по следующим реквизитам:

Получатель:

ИНН 6658065103

КПП 665801001

УФК по Свердловской области (Свердловское УФАС России)

Р/с 40101810500000010010 в Уральском ГУ Банка России

БИК 046577001

Назначение платежа: КБК (код бюджетной классификации) – 161 1 16 26 000 01 6000 140 (Денежные взыскания (штрафы) за нарушение законодательства о рекламе)

ОКТМО 65701000

УИН 16100500000000256791

Согласно ч. 1 ст. 20.25 КоАП РФ неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного штрафа.

Согласно ч. 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.

Копия постановления вручена или получена _____, что
подтверждается _____.

Постановление (решение от _____ по жалобе, протесту) вступило в
законную силу _____ (ст. 31.1 КоАП РФ).

Заместитель руководителя Управления

<...>