



УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

РЕШЕНИЕ
по делу № 066/05/15-1335/2022

27 июня 2022 г.

г. Екатеринбург

Резолютивная часть объявлена 22.06.2022
В полном объеме изготовлено 27.06.2022

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел о нарушениях законодательства о рекламе в составе:

<...> – заместитель руководителя управления, председатель Комиссии,
<...> – заместитель начальника отдела контроля органов власти, член Комиссии,
<...> – специалист-эксперт отдела контроля органов власти, член Комиссии,
при участии в качестве:

- заявителя – Управление Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Уральскому Федеральному округу (далее – Управление Роскомнадзора) – представитель по доверенности <...> (доверенность № 40-Д от 19.05.2022);

- лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства – ООО «ИНКОМ» (Свердловская область, г. Талица, ул. Ленина, 105, ОГРН: 1069654001955, ИНН: 6654010551) – представитель по доверенности <...> (доверенность от 29.03.2022), Директор <...>.

рассмотрев дело по признакам нарушения ч.2 ст. 15 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе) по факту превышения допустимого объема рекламы для неспециализированных СМИ при распространении рекламы в эфире радиоканала «Плюс FM - ТАЛИЦА» 20.03.2022.

УСТАНОВИЛА:

Дело возбуждено определением от 21.04.2022 на основании сведений, содержащихся в заявлениях Управления Роскомнадзора (№№ 01-7607 от 04.04.2022, 01-8135 от 08.04.2022).

Рассмотрение дела определением от 21.04.2022 назначено на 19.05.2022. Определением от 19.05.2022 рассмотрение дела отложено на 22.06.2022.

Управление Роскомнадзора в заявлении, а также на заседании комиссии указало следующее.

При анализе записи эфира СМИ «Плюс FM - ТАЛИЦА» выявлен факт превышения допустимого объема рекламы для неспециализированных СМИ, а именно: объем рекламных сообщений в эфире радиоканала «Плюс FM - ТАЛИЦА» транслируемый 20.03.2022 не соответствует ч.2 ст. 15 Закона о рекламе: для радиоканалов – не более 20% объема вещания в течение суток.

Так, в ходе систематического наблюдения установлено, что рекламные сообщения в эфире радиоканала «Плюс FM - ТАЛИЦА» транслируются в следующем объеме:

| Дата | Объем вещания СМИ «Плюс FM - ТАЛИЦА» | Объем рекламы |
|------------|---|------------------|
| 20.03.2022 | 0:26:11 в течение суток | 0:18:45 (71, 6%) |

Таким образом, превышен предельно допустимый объем рекламных сообщений в течение суток (20%).

Согласно данным ЕИС Роскомнадзора указанное СМИ не специализируется на сообщениях и материалах рекламного характера, учредителем радиоканала «Плюс FM - ТАЛИЦА» заявлены информационное, развлекательное и музыкальное направления вещания.

Согласно ч. 2 ст. 15 Закона о рекламе, в радиопрограммах, не зарегистрированных в качестве средств массовой информации и специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, продолжительность рекламы не может превышать **двадцать процентов** времени вещания **в течение суток**.

Систематическое наблюдение при исполнении государственной функции по контролю за соблюдением лицензиатом (ООО «ИНКОМ») лицензионных требований в сфере радиовещания проводилось с 14.03.2022 по 01.04.2022.

В соответствии с п. 9.1.1. Положения об Управлении Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Уральскому федеральному округу, утвержденным Приказом Роскомнадзора № 51 от 25.01.2016, Управление Роскомнадзора осуществляет на подведомственной территории государственный контроль и надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, телевизионного вещания и радиовещания.

Управлением Роскомнадзора было проведено мероприятие систематического наблюдения в ходе исполнения государственной функции по контролю за соблюдением ООО «ИНКОМ» лицензионных требований в сфере радиовещания в рамках Федерального контроля (надзора) за соблюдением законодательства Российской Федерации о средствах массовой информации.

В соответствии с п. 7 ч. 1 ст. 8.3. Федерального закона от 26.12.2008 № 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» (далее - Закон № 294-ФЗ) мероприятие по контролю может быть проведено без взаимодействия с юридическим лицом.

Согласно ч. 2 ст. 8.3. Закона № 294-ФЗ мероприятия по контролю без взаимодействия с юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями проводятся уполномоченными должностными лицами органа государственного контроля (надзора) в пределах своей компетенции на основании заданий на проведение таких мероприятий, утверждаемых руководителем или заместителем руководителя органа государственного контроля (надзора).

Согласно ч. 4 ст. 8.3. Закона № 294-ФЗ порядок оформления и содержание заданий, указанных в части 2 настоящей статьи, и порядок оформления должностными лицами органа государственного контроля (надзора), органа муниципального контроля результатов мероприятия по контролю без взаимодействия с юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями, устанавливаются федеральными органами исполнительной власти, осуществляющими нормативно-правовое регулирование в соответствующих сферах государственного контроля (надзора), органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации, а также органами местного самоуправления.

Порядок оформления и содержание заданий на проведение мероприятий по контролю без взаимодействия с юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями при осуществлении федерального государственного надзора в сфере связи, государственного контроля и надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации в сфере средств массовой информации и массовых коммуникаций, телевизионного вещания и радиовещания и порядок оформления результатов таких мероприятий утвержден приказом Министерства

связи и массовых коммуникаций Российской Федерации от 12.01.2018 № 4 (далее - Приказ Минкомсвязи № 4).

Согласно ч. 1 Приказа Минкомсвязи № 4 задание на проведение плановых мероприятий по контролю оформляется в виде плана мероприятий по контролю на календарный год, утверждаемого руководителем территориального органа Роскомнадзора.

План деятельности Управления Роскомнадзора на 2022 год утвержден Приказом руководителя Управления от 26.11.2021 № 140 и размещен в открытом доступе на официальном сайте Управления в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Постановлением Правительства РФ от 10.03.2022 № 336 (далее - Постановление № 336) установлен запрет на проведение 2022 году плановых контрольных (надзорных) мероприятий, плановых проверок при осуществлении видов государственного контроля (надзора), муниципального контроля, порядок организации и осуществления которых регулируется Федеральным законом «О государственном контроле (надзоре) и муниципальном контроле в Российской Федерации» и Федеральным законом «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля», а также при осуществлении государственного контроля (надзора) за деятельностью органов государственной власти субъектов Российской Федерации и должностных лиц органов государственной власти субъектов Российской Федерации и за деятельностью органов местного самоуправления и должностных лиц органов местного самоуправления (включая контроль за эффективностью и качеством осуществления органами государственной власти субъектов Российской Федерации переданных полномочий, а также контроль за осуществлением органами местного самоуправления отдельных государственных полномочий), за исключением случаев, указанных в пункте 2 настоящего постановления.

Однако, согласно п. 10 Постановления № 336 допускается проведение профилактических мероприятий, мероприятий по профилактике нарушения обязательных требований, контрольных (надзорных) мероприятий без взаимодействия, мероприятий по контролю без взаимодействия в отношении контролируемых лиц в соответствии с Федеральным законом «О государственном контроле (надзоре) и муниципальном контроле в Российской Федерации» и Федеральным законом «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля». Проведение контрольных (надзорных) мероприятий без взаимодействия не требует согласования с органами прокуратуры.

Таким образом, мероприятие систематического наблюдения в отношении ООО «ИНКОМ» проведено в соответствии с положениями действующего законодательства.

На основании вышеизложенного, в соответствии с планом деятельности Управления на 2022 год в период с 14.03.2022 по 01.04.2022 Управлением проведено плановое систематическое наблюдение в отношении ООО «ИНКОМ» по соблюдению лицензионных требований и обязательных требований законодательства в сфере СМИ при оказании услуг радиовещания по лицензии РВ № 25375, выданной Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.

Государственный контроль (надзор) за соблюдением законодательства Российской Федерации в сфере телевизионного вещания и радиовещания осуществляется в соответствии с Административным регламентом осуществления федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций государственного контроля (надзора) за соблюдением законодательства Российской Федерации в сфере телевизионного вещания и радиовещания, утвержденным приказом Роскомнадзора 18.12.2018 №197, (далее - Административный регламент № 197) и Административным регламентом осуществления федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций лицензионного контроля в сфере телевизионного вещания и радиовещания,

утвержденным приказом Роскомнадзора 18.12.2018 № 198 (далее - Административный регламент № 198).

Согласно п. 4 Административного регламента № 197 предметом государственного контроля (надзора) является проверка соблюдения российскими юридическими лицами, осуществляющими формирование телеканала или радиоканала и его распространение в установленном порядке на основании лицензии на телевизионное вещание, радиовещание на территории Российской Федерации требований Закона РФ от 27.12.1991 № 2121-1 «О средствах массовой информации».

Согласно п. 4 административного регламента №198 предметом государственного контроля (надзора) является проверка соблюдения российскими юридическими лицами, осуществляющими формирование телеканала или радиоканала и его распространение в установленном порядке на основании лицензии на телевизионное вещание, радиовещание на территории Российской Федерации требований Закона РФ от 27.12.1991 № 2121-1 «О средствах массовой информации», Федеральным законом от 04.05.2021 № 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности».

Положениями действующего законодательства, а также положениями указанных регламентов не предусмотрено направление результатов систематического наблюдения в адрес проверяемого лица, в связи с чем, копия акта систематического наблюдения с приложениями в адрес ООО «ИНКОМ» не направлялась.

Согласно п. 5.11 Административного регламента № 197, п. 5.4 Административного регламента № 198 должностные лица контролирующего органа и территориального органа при осуществлении государственного контроля (надзора) имеют право направлять в органы прокуратуры, другие правоохранительные органы материалы для решения вопроса о возбуждении дел об административных правонарушениях при выявлении признаков правонарушений связанных с нарушением законодательства в сфере телевизионного вещания и радиовещания в соответствии с подведомственностью.

Согласно п. 11.9 Административного регламента №197, п. 11.6 Административного регламента № 198 осуществление государственного контроля (надзора) завершается в частности подготовкой и направлением в соответствующие органы материалов при выявлении в ходе проведения мероприятий по контролю признаков административных правонарушений, относящихся к компетенции иных федеральных органов исполнительной власти, осуществляющих государственный контроль (надзор).

Статьей 36 Закона РФ от 27.12.1991 № 2121-1 «О средствах массовой информации» установлено требование к СМИ о распространении рекламы, в порядке, установленном законодательством Российской Федерации о рекламе.

Приказом Роскомнадзора от 18.10.2016 № 272 «О перечне правовых актов, содержащих обязательные требования» (далее - Приказ № 272) определен перечень правовых актов, содержащих обязательные требования, соблюдение которых оценивается при осуществлении федерального государственного контроля (надзора) в сфере телевизионного вещания и радиовещания. Согласно п. 2 Приказа № 272 обязательным требованием, подлежащим проверке, является требование, установленное ст. 14, ст. 15 Закона о рекламе.

В ходе систематического наблюдения в отношении ООО «ИНКОМ» в результате анализа записи эфира, распространяемого ООО «ИНКОМ» в соответствии с условиями лицензии РВ № 25375 радиоканала («Плюс FM - ТАЛИЦА») за период с 14.03.2022 по 20.03.2022 должностными лицами Управления выявлены признаки превышения предельно допустимого объема рекламных сообщений в эфире СМИ радиоканала «Плюс FM - ТАЛИЦА», что является признаком нарушения п. 2 ст. 15 Закона о рекламе.

Поскольку по результатам мероприятия систематического наблюдения Управлением получены данные, указывающие на наличие правонарушения, относящегося к компетенции иного органа исполнительной власти, в соответствии с положениями Административных

регламентов № 197, № 198, обращение о возможном нарушении требований п. 2 ст. 15 Закона о рекламе направлено в Управление Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области для принятия, при наличии оснований, необходимых мер реагирования в рамках компетенции.

Относительно довода о технической ошибке, Управление считает его не состоятельным, поскольку полагает, что контроль за надлежащим функционированием оборудования должны осуществлять сотрудники и специалисты ООО «ИНКОМ», в обязанности которых входит осуществление обслуживания и контроль функционирования соответствующего оборудования и определенный порядок руководства к действию для оперативного устранения таких ошибок и нестандартных (форс - мажорных) ситуаций.

На вопрос ООО «ИНКОМ», о том, в рамках какого вида государственного контроля проводилось систематическое наблюдение при исполнении государственной функции по контролю за соблюдением ООО «ИНКОМ» лицензионных требований в сфере радиовещания, Управление Роскомнадзора, пояснило, что в рамках федерального контроля и надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации в сфере средств массовой информации.

Директор ООО «ИНКОМ» <...> в письменных пояснениях указала следующее.

ООО «ИНКОМ» сообщает, что превышение допустимого объема рекламных сообщений произошло вследствие технического сбоя, что является для Общества обстоятельством непреодолимой силы, повлиять на которое оно не имело возможности даже при проявлении надлежащей заботливости и осмотрительности. Таким образом, с учетом подготовленной к трансляции записи радиопрограмм «Удачный час», превышения предельно допустимого объема рекламных сообщений 20.03.2022 года допущено не было.

При этом сообщают, что в выходные дни (суббота, воскресенье) радиопрограммы выходят в эфир в автоматическом режиме, без присутствия оператора-контролера, часть сотрудников ООО «Инком» воспользовались своим правом на дистанционный формат работы, предусмотренный Постановлением Правительства РФ и Указом губернатора Свердловской области от 18.03.2020 № 100-УГ «О введении на территории Свердловской области режима повышенной готовности и принятии дополнительных мер по защите населения от новой коронавирусной инфекции (2019-nCoV)».

Кроме того, в Определении по делу № 066/05/15-1335/2022 имеются некоторые разночтения: так в ходе систематического наблюдения Управлением Роскомнадзора установлено, что объем рекламы в течение суток составляет 71,0%. а по результатам анализа Свердловского УФАС России объем рекламы составил 66,3%. Обращаем внимание, что в течение 6 дней систематического наблюдения нарушений ч. 2 ст. 15 Закона о рекламе выявлено не было, а недельная сетка вещания по количеству эфирного времени день ото дня не изменяется, что доказывает возникновение технических проблем в ретрансляционном оборудовании.

По мнению Управления Роскомнадзора, в действиях ООО «ИНКОМ» усматривается ответственность, предусмотренная ч. 7 ст. 35 Закона о рекламе. Нарушение физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с гражданским законодательством. При этом формула умышленной вины организации в совершении административного проступка обязательно включает в себя установленный умышленный характер действий (бездействия) должностных лиц (работников) организации, ответственных за исполнение соответствующих требований, что следует из Постановления Конституционного Суда РФ от 14 апреля 2020 г. № 17-П. При этом сам КоАП РФ для организаций вводит отдельную формулу вины - организация виновна, если имела возможность для соблюдения правил и норм, но не приняла все зависящие от нее меры для их соблюдения. Вина юридического лица проявляется в виновном действии или бездействии своих сотрудников, действующих от имени организации и допустивших правонарушение. Это влечет необходимость выяснить и учесть все значимые для дела

обстоятельства, а также обосновать в постановлении по делу, почему правонарушение квалифицируется как совершенное умышленно.

Исходя из позиции Конституционного суда, привлечь организацию к ответственности за умышленный проступок можно только в тех случаях, когда установлены умышленный характер действий (бездействия) должностных лиц (работников), при том в условиях очевидности для них самих противоправности собственных действий (бездействия) и возникновения в связи с этим реальной угрозы или причинения вреда, и при этом у юридического лица имелась возможность для соблюдения соответствующих требований, но им не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Умышленный характер действий или бездействия работников ООО «ИНКОМ» из обстоятельств дела не усматривается, как и возможность юридического лица предусмотреть возникновение технического сбоя, характер которого не имеет значения для рассмотрения дела. Управление должно учесть реалии настоящего времени, когда мы все находимся в условиях постоянных угроз и наступления различных негативных последствий для нашей страны, когда никто не может быть застрахован от кибератак и вредного воздействия на привычный уклад жизни и работы. К примеру, в начале марта 2022 года были взломаны практически все сайты арбитражных судов России, в том числе и Свердловской области, работа была полностью парализована. А 9 мая хакерской атаке подвергся сервис Rutube, который полностью прекратил свою работу.

Главный редактор «Плюс FM-Талица» <...> в письменных пояснениях указала следующее.

Вещание радиостанции «Плюс FM – Талица 106,8» построено по принципу ретрансляции, основную часть суточного эфира составляет программа «Радио Дача» г. Москва. Местные программы врезаются в эфир партнера по специальному сигналу – джинглу, который распознается программой – ретранслятором.

На «Радио Дача» используются два типа джинглов – открывающий и закрывающий. 20 Марта 2022 г. в 14:00 и в 21:00 ч. не был по неизвестной причине распознан открывающий джингл для запуска программы «Удачный час», соответственно, эти передачи не вошли в эфир. При этом данные передачи монтируются заранее и выходят в эфир в записи.

Само вещание радиостанции «Плюс FM Талица 106,8» по времени ежедневно не изменяется, содержание, продолжительность рекламных блоков сформированы в соответствии с требованиями Закона о рекламе.

Причину отказа, открывающего джингла техническому отделу установить не удалось.

Технический специалист ООО «ИНКОМ» <...> на заседании комиссии указал следующее.

Компания занимается ретрансляцией, они принимают основной сигнал от «Радио Дача» Москва и осуществляют его передачу с их врезками. Врезки осуществляются автоматически, то есть компьютер, который занимается ретрансляцией опознает сигнал после которого вставляет именно передачу ООО «ИНКОМ», эта передача не может выходить в определенное время, потому что вещание у «Радио Дача» Москва ведется в прямом эфире, поэтому возможны сдвиги во времени. Именно для этого используются так называемые джинглы. Джинглы открывающие и джинглы закрывающие. После открывающих джинглов передача отключается, после закрывающихся джинглов передача закрывается. В данном случае программой ООО «ИНКОМ» в указанное время, то есть 20 марта в 14 ч. и в 21 ч. не был опознан открывающий джингл, в связи с этим передача «Удачный час» записанная ранее не вышла в эфир, в связи с этим сократилось время передач, соответственно, реклама вышла, а передача нет.

Представитель ООО «ИНКОМ» на заседании комиссии указал следующее.

Постановлением № 336 введен с 10.03.2022 мораторий на проведение проверок предприятий и предпринимателей по повышению устойчивости в условиях санкций. Согласно

постановлению, плановые проверки сохраняются только в отношении небольшого закрытого перечня объектов контроля и проводятся в рамках санитарно-эпидемиологического, ветеринарного, пожарного контроля, а также надзора в области промышленной безопасности.

Данным Постановлением отмечено, что проведение внеплановых проверок допустимо только лишь в исключительных случаях при угрозе жизни, причинении тяжкого вреда здоровью, обороне страны, безопасности государства, возникновении природных, техногенных и чрезвычайных ситуаций. При этом данные проверки должны быть согласованы с прокуратурой.

Систематическое наблюдение Управления Роскомнадзора осуществляется на основании распоряжения последнего и методических рекомендаций по организации и проведению систематического наблюдения при исполнении государственной функции по контролю за соблюдением лицензиатами лицензионных требований в сфере телевизионного вещания и радиовещания. В данном распоряжении в п.6 сказано, что систематическое наблюдение осуществляется уполномоченными должностными лицами Территориального органа по месту нахождения Территориального органа на основании приказа (распоряжения) Территориального органа о проведении систематического наблюдения в соответствии с Планом Роскомнадзора (плановое систематическое наблюдение).

Представитель Управления Роскомнадзора также подтвердил, что действительно план составлен еще в 2021 г. Таким образом, утверждает ООО «ИНКОМ» 20.03.2022 г. Управлением Роскомнадзора была осуществлена плановая проверка по соблюдению лицензионных требований в отношении ООО «ИНКОМ», которая проводилась в нарушении прямого запрета, установленного Постановлением №336. По смыслу закона и Постановления №336 ранее назначенные плановые мероприятия должны были быть отменены. Проведение плановой проверки в отношении субъекта малого предпринимательства в нарушение требований моратория является грубым нарушением требований Закона № 294-ФЗ и влечет недействительность результатов данной проверки (ч. 7 ст. 26.1, ч. 1 ст. 20, Закона № 294-ФЗ).

Кроме того, по общим процессуальным правилам любые доказательства полученные в результате нарушения закона не имеют правовой силы и являются недопустимыми (ч.2 ст. 55 ГПК РФ, ч.3 ст. 64 АПК).

Исходя из вышеизложенного, необходимо исключить из дела доказательства Управления Роскомнадзора, собранные с нарушением действующего законодательства.

Как указал представитель ООО «ИНКОМ» на заседании комиссии, Общество не согласно с проведением Управлением Роскомнадзора систематического наблюдения при исполнении государственной функции по контролю за соблюдением лицензиатом (ООО «ИНКОМ») лицензионных требований в сфере радиовещания в период с 14.03.2022 по 01.04.2022 и считает, что нарушены требования Постановления № 336 и Закона №294-ФЗ на проведение плановой проверки в отношении субъекта малого предпринимательства (ООО «ИНКОМ»).

Рассмотрев имеющиеся в деле материалы, заслушав участвующих в деле лиц, Комиссия приходит к следующим выводам.

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.

В Федеральном законе от 27.07.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (далее – Закон об информации) под информацией понимаются сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления (п. 1 ст. 2), а под распространением информации – действия, направленные на получение информации

неопределенным кругом лиц или передачу информации неопределенному кругу лиц (п. 9 ст. 2). Информация может являться объектом публичных, гражданских и иных правовых отношений (ч. 1 ст. 5). Законодательством Российской Федерации могут быть установлены виды информации в зависимости от ее содержания или обладателя (ч. 4 ст. 5).

Законодательством Российской Федерации, согласно ч. 4 ст. 5 Закона об информации, могут быть установлены виды информации в зависимости от ее содержания или обладателя.

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).

Товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (п. 3 ст. 3 Закона о рекламе).

В Письме ФАС России от 16.03.2012 №ИА/7867 «О рекламе на дорожных знаках» разъяснено, что к информации, направленной на формирование и поддержание интереса к определенному лицу и его продвижение на рынке, по мнению ФАС России, относится указание следующей информации о лице:

- наименование юридического лица, индивидуального предпринимателя или название торгового предприятия данного лица (независимо от указания вида деятельности), выполненное с использованием товарных знаков, логотипов или иных индивидуализирующих данное лицо обозначений, цветов,

- контактная информация о лице (почтовый адрес, телефон, адрес сайта, электронной почты и т.п.),

- характеристика, описание лица, его деятельности,

- информация о производимых или реализуемых товарах.

Ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации (п. 4 ст. 3 Закона о рекламе).

Согласно ч. 1 ст. 30 Закона № 294-ФЗ, **результаты проверки**, проведенной органом государственного контроля (надзора), органом муниципального контроля с грубым нарушением установленных настоящим Федеральным законом требований к организации и проведению проверок, не могут являться доказательствами нарушения юридическим лицом, индивидуальным предпринимателем обязательных требований и требований, установленных муниципальными правовыми актами, и **подлежат отмене вышестоящим органом государственного контроля (надзора) или судом на основании заявления юридического лица**, индивидуального предпринимателя.

В соответствии с чч. 1, 2 ст. 39 Федерального закона от 31.07.2020 № 248-ФЗ «О государственном контроле (надзоре) и муниципальном контроле в Российской Федерации» (далее- Закон №248-ФЗ):

1. Правом на обжалование решений контрольного (надзорного) органа, действий (бездействия) его должностных лиц обладает контролируемое лицо, в отношении которого приняты решения или совершены действия (бездействие), указанные в [части 4 статьи 40](#) настоящего Федерального закона.

2. Судебное обжалование решений контрольного (надзорного) органа, действий (бездействия) его должностных лиц возможно **только после их досудебного** обжалования, за исключением случаев обжалования в суд решений, действий (бездействия) гражданами, не осуществляющими предпринимательской деятельности.

Согласно ч. 13 ст. 98 Закона 248 – ФЗ, Правительство Российской Федерации определяет виды контроля, в отношении которых **обязательный досудебный** порядок рассмотрения жалоб применяется с 01 июля 2021 г.

В перечень видов федерального государственного контроля (надзора), в отношении которых применяется обязательный досудебный порядок рассмотрения жалоб (утв. Постановлением Правительства РФ от 28.04.2021 № 663) входит Федеральный государственный контроль (надзор) за соблюдением законодательства Российской Федерации о средствах массовой информации (п. 12).

На вопрос комиссии о том, подавало ли ООО «Инком» жалобу на должностных лиц Управления Роскомнадзора в связи с проведением систематического наблюдения при исполнении государственной функции по контролю за соблюдением лицензиатом (ООО «ИНКОМ») лицензионных требований в сфере радиовещания, представитель **ООО «Инком»** пояснил, что **жалобу не подавали**, так как ждут Решения Свердловского УФАС России.

Вместе с тем, согласно ч. 5 ст. 40 Закона № 248-ФЗ, **жалоба** на решение контрольного (надзорного) органа, действия (бездействие) его должностных лиц может быть подана **в течение тридцати календарных дней со дня, когда контролируемое лицо узнало или должно было узнать о нарушении своих прав.**

Определение о возбуждении дела №066/05/15-1335/2022 получено ООО «ИНКОМ» 29.04.2022, следовательно, срок для обжалования - до 29.05.2022.

Таким образом, действия должностных лиц Управления Роскомнадзора в связи с проведением систематического наблюдения при исполнении государственной функции по контролю за соблюдением лицензиатом (ООО «ИНКОМ») лицензионных требований в сфере радиовещание в период с 14.03.2022 по 01.04.2022, в установленном порядке не обжалованы, при этом Свердловское УФАС России не является вышестоящим по отношению к Управлению Роскомнадзора органом, полномочия которого и только которого входит отмена результатов проверки, в связи с чем отсутствуют основания для признания материалов, представленных Управлением Роскомнадзора недопустимыми доказательствами.

Свердловским УФАС России установлено, что 20.03.2022 в радиопрограмме СМИ «Плюс FM - ТАЛИЦА» (свидетельство о регистрации СМИ ЭЛ № ТУ 66 – 01276 от 19.02.2014) была распространена следующая реклама:

| 20.03.2022 | |
|-------------------------|--|
| с 07:21:07 (0:00:40) | Реклама магазина Сантехстрой (потолки, карнизы...) |
| с 07:36:21 (0:00:38) | Реклама АО «Газэкс» Талица |
| с 08:21:49 (0:00:40) | Реклама интерьер - магазина «Артдекор» |
| с 08:36:03 (0:00:51) | Реклама магазина Сантехстрой (потолки, карнизы...) |
| с 09:37:01 (0:00:40) | Реклама магазина «Пласт Комфорт +) |
| с 10:22:10 (0:00:45) | Реклама кафе «Сушимак» |
| с 10:36:23 (0:00:54) | Реклама магазина «Глобус» |
| с 11:21:33 (0:00:38) | Реклама магазина «Пласт Комфорт +) |
| с 11:37:24 (0:00:39) | Реклама воды «Троицкая» |

| | |
|-------------------------|--|
| с 12:22:03 (0:00:46) | Реклама кафе «Сушимак» |
| с 12:36:41 (0:00:54) | Реклама магазина «Глобус» |
| с 13:22:39 (0:00:39) | Реклама магазина «Пласт Комфорт +) |
| с 13:37:21 (0:00:47) | Реклама кафе «Сушимак» |
| с 15:21:43 (0:00:40) | Реклама магазина «Сантехстрой» |
| с 15:37:54 (0:00:38) | Реклама АО «Газэкс» Талица |
| с 16:21:05 (0:00:38) | Реклама воды «Троицкая» |
| с 16:36:02 (0:00:55) | Реклама магазина «Глобус» |
| с 17:36:33 (0:00:38) | Реклама АО «Газэкс» Талица |
| с 18:20:50 (0:00:49) | Реклама магазина «Антошка» |
| с 18:35:45 (0:00:54) | Реклама магазина «Глобус» |
| с 19:21:20 (0:00:39) | Реклама магазина «Пласт Комфорт +» |
| с 19:35:20 (0:00:48) | Реклама интерьер - магазина «Артдекор» |
| с 20:35:47 (0:00:55) | Реклама воды «Троицкая» |

По результатам анализа представленных Управлением Роскомнадзора материалов Свердловским УФАС России установлено, что объем рекламы в радиопрограмме СМИ «Плюс FM - ТАЛИЦА» 20.03.2022 **превышал 20% времени вещания в течение суток:**

| Дата | Объем вещания СМИ «Плюс FM - ТАЛИЦА» | Объем рекламы |
|------------|---|---------------|
| 20.03.2022 | 00:26:11 в течение суток | 17:02 (66,3%) |

Следовательно, продолжительность распространяемой в радиопрограмме СМИ «Плюс FM - ТАЛИЦА» рекламы 20.03.2022 превышает установленную ч. 2 ст. и 15 Закона о рекламе максимально допустимую продолжительность рекламы *в течение суток*, нарушает **ч. 2 ст. 15** Закона о рекламе.

СМИ «Плюс FM - ТАЛИЦА» не зарегистрировано в качестве средства массовой информации, специализирующегося на сообщениях и материалах рекламного характера (направления вещания: информационное, развлекательное, музыкальное).

В соответствии со свидетельством о регистрации средства массовой информации ЭЛ № ТУ 66 – 01276 от 19.02.2014 **примерная тематика и (или) специализация СМИ «Плюс FM -**

ТАЛИЦА»: музыкальная, информационная, развлекательная; **реклама в соответствии с законодательством Российской Федерации о рекламе.**

Согласно абз. 3 ст. 2 Закона РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» (далее – Закон о СМИ), под **средством массовой информации** понимается периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием);

Под **продукцией средства массовой информации** понимается тираж или часть тиража отдельного номера периодического печатного издания, отдельный выпуск телеканала, радиоканала, радиопрограммы, телепрограммы, кинохроникальной программы, тираж или часть тиража аудио- или видеозаписи программы, отдельный выпуск либо обновление сетевого издания, отдельный выпуск иного средства массовой информации (абз. 6 ст. 2 Закона о СМИ).

В Письме ФАС России от 08.10.2015 № АК/54867/15 «О порядке расчета объема рекламы в радиопрограммах» разъяснено следующее.

Понятие радиопрограммы содержится в статье 2 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации», в соответствии с которой под **радиопрограммой** понимается совокупность периодических аудиосообщений и материалов (передач), имеющая постоянное наименование (название) и выходящая в свет (в эфир) не реже одного раза в год.

Согласно той же статье, под **радиоканалом** понимается сформированная в соответствии с сеткой вещания (программой передач) и выходящая в свет (эфир) под постоянным наименованием (названием) и с установленной периодичностью совокупность радиопрограмм и (или) соответственно иных звуковых сообщений и материалов. Правила, установленные настоящим Законом и другими законодательными актами Российской Федерации для радиопрограммы, применяются в отношении радиоканала, если иное не установлено настоящим Законом.

При этом нормы статьи 31 Закона о СМИ предусматривают возможность осуществления радиовещания на основании лицензии на вещание, выданной федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным Правительством Российской Федерации.

В случае вещания на одной частоте двух и более радиопрограмм, на вещание которых выдана соответствующая лицензия, объем рекламы в радиопрограмме рассчитывается **для каждой радиопрограммы, исходя из времени вещания данного средства массовой информации в сутки.**

Соответственно, объем рекламы в каждой радиопрограмме как средстве массовой информации, не должен превышать 20 процентов времени вещания данной радиопрограммы в сутки (за исключением случая, если такая радиопрограмма зарегистрирована как специализирующаяся на сообщениях и материалах рекламного характера).

При этом в объем рекламы, транслирующийся в радиопрограмме, включается любая реклама, распространявшаяся в период трансляции данной радиопрограммы, в том числе региональная реклама, размещавшаяся региональным партнером в федеральном средстве массовой информации (по соответствующему договору между ними).

Субъекты ответственности за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе установлены в статье 38 Закона о рекламе. При этом к административной ответственности, согласно нормам Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, привлекается лицо, виновное в совершении правонарушения.

Например, в случае превышения установленного объема рекламы в радиопрограмме ответственность за данное нарушение в силу части 7 статьи 38 Закона о рекламе несет рекламодатель. По мнению специалистов ФАС России, таким рекламодателем может выступать владелец лицензии на вещание средства

массовой информации, объем трансляции рекламы, в котором превысил установленную Законом норму.

В случае выявления нарушения законодательства о рекламе, ответственность за совершение которого несет рекламораспространитель, к ответственности привлекается лицо, виновное в совершении данного правонарушения, исходя из всех обстоятельств распространения ненадлежащей рекламы, в том числе с учетом положений договоров, заключенных в целях распространения рекламы.

Согласно абз. 1 ст. 31 Закона о СМИ телевизионное вещание, радиовещание (далее также - вещание) осуществляются вещателем на основании лицензии на вещание, предоставленной федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным Правительством Российской Федерации (далее - лицензирующий орган). Получение лицензии на вещание не требуется в случае, если распространение телеканала или радиоканала осуществляется в неизменном виде по договору с вещателем, имеющим лицензию на вещание телеканала, радиоканала.

Вещатель, являющийся редакцией телеканала или радиоканала, в соответствии с лицензией на вещание вправе осуществлять распространение телеканала или радиоканала на всей территории Российской Федерации в любых средах вещания, в том числе осуществлять наземное эфирное вещание, спутниковое вещание, кабельное вещание (универсальная лицензия).

Вещатель, не являющийся редакцией телеканала или радиоканала, в соответствии с лицензией на вещание вправе осуществлять распространение телеканала или радиоканала на территории Российской Федерации в определенных среде или средах вещания в пределах прав, полученных таким вещателем в установленном порядке от редакции телеканала или радиоканала.

В соответствии с абз. 8 ст. 31 Закона о СМИ в лицензии на телевизионное вещание, радиовещание содержатся:

- 1) сведения, предусмотренные законодательством Российской Федерации о лицензировании отдельных видов деятельности;
- 2) наименование (название) распространяемого телеканала или радиоканала;
- 3) программная направленность телеканала, радиоканала (основные тематические направления вещания - информационный, музыкальный, спортивный и подобные);
- 4) территория распространения телеканала или радиоканала;
- 5) объем вещания (в часах);
- 6) дата начала вещания;
- 7) срок действия лицензии на телевизионное вещание, радиовещание, отметка о продлении срока ее действия в случае, предусмотренном статьей 31.4 настоящего Закона;
- 8) сведения о среде вещания телеканала или радиоканала (наземное эфирное вещание, спутниковое вещание, кабельное вещание, иные среды вещания) в случаях, предусмотренных частью четвертой настоящей статьи;
- 9) сведения об используемых радиочастотах, о месте установки и мощности используемых передатчиков, позиции телеканала или радиоканала в мультиплексе (за исключением наземного эфирного аналогового вещания), параметры спутникового вещания, программная концепция вещания, заявленная при проведении торгов (конкурса, аукциона), в случаях, предусмотренных частью пятой настоящей статьи.

В соответствии с абз. 2 ст. 27 Закона о СМИ, вещание телеканала, радиоканала должно сопровождаться объявлением (не реже четырех раз в сутки при непрерывном вещании) наименования (названия) телеканала или радиоканала. Каждый выход в эфир телепрограммы, радиопрограммы должен сопровождаться объявлением наименования (названия) телепрограммы или радиопрограммы.

В соответствии с п. 1 абз. 3 ст. 27 Закона о СМИ, каждая копия радио-, теле-, видео- или кинохроникальной программы должна содержать, в том числе наименование (название) программы.

Исходя из анализа приведенных норм следует, что *радиопрограмма может* являться как самостоятельным средством массовой информации, так и частью радиоканала. При этом сам по себе радиоканал также является средством массовой информации. Однако при этом радиопрограмма *не может быть совокупностью средств массовой информации*.

Ограничения ч. 2 ст. 15 Закона о рекламе установлены в отношении *времени вещания радиопрограммы*, а, следовательно, должны соблюдаться *применительно к продукции (радиопрограммам) каждого средства массовой информации* (в том числе радиоканала), а не совокупности вещания всех средств массовой информации (радиоканалов) в рамках вещания одного эфирного канала.

Вещатель осуществляет формирование радиоканала как совокупности радиопрограмм, в том числе в рамках средств массовой информации и его распространение на основании лицензии на вещание в рамках определенной сферы вещания и на определенной радиочастоте.

Часть 2 статьи 15 Закона о рекламе не устанавливает предельную продолжительность рекламы ни по отношению к вещателю, ни по отношению к радиоканалу, а ограничивает время вещания рекламы в радиопрограммах.

Не допускается изменение операторами связи, оказывающими услуги связи для целей телевизионного вещания и (или) радиовещания (за исключением услуг связи для целей проводного радиовещания), телеканалов и (или) радиоканалов, включая совокупность теле-, радиопрограмм и (или) иных аудиовизуальных, звуковых, текстовых сообщений и материалов, транслируемых в эксплуатируемых операторами связи сетях, кроме случаев предварительного согласования возможности такого изменения с вещателями телеканалов и (или) радиоканалов и случаев, установленных законодательством Российской Федерации (абз. 7 ст. 25 Закона о СМИ).

Согласно абз. 1 ст. 31.9 Закона о СМИ, лицензиат представляет в лицензирующий орган сведения об операторах связи, осуществляющих трансляцию телеканала, радиоканала по договору с вещателем таких телеканала или радиоканала, и о лицах, распространяющих телеканал, радиоканал в неизменном виде по договору с вещателем таких телеканала или радиоканала, в порядке, установленном федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным Правительством Российской Федерации.

Ответственность за нарушение требований, установленных ч.2 ст.15 Закона о рекламе, несет рекламодатель (ч.7 ст.38 Закона о рекламе).

Рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Учредителем средства массовой информации – радиоканал «Плюс FM-Талица» (свидетельство о регистрации СМИ ЭЛ № ТУ 66 – 01276 от 19.02.2014) является ООО «ИНКОМ» (юридический адрес – Свердловская область, г. Талица, ул. Ленина, 105, ОГРН: 1069654001955, Дата присвоения ОГРН: 10.04.2006, ИНН: 6654010551).

Таким образом, **рекламодателем** является **ООО «ИНКОМ»** (юридический адрес – Свердловская область, г. Талица, ул. Ленина, 105, ОГРН: 1069654001955, Дата присвоения ОГРН: 10.04.2006, ИНН: 6654010551).

По сведениям, представленным ООО «ИНКОМ», распространение рассматриваемой рекламы прекращено, в связи с чем необходимость в выдаче предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе отсутствует.

В соответствии с п. 7 ч. 2 ст. 33 Закона о рекламе Антимонопольный орган вправе применять меры ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Нарушение рекламного законодательства образует событие предусмотренного ч. 2 ст. 14.3 КоАП РФ административного правонарушения.

В резолютивной части решения комиссия указывает на необходимость передачи дела должностному лицу Управления для рассмотрения дела об административном правонарушении по ст. 14.3 КоАП РФ.

Согласно п. 1 ч. 1 ст. 28.1 КоАП РФ поводом к возбуждению дела об административном правонарушении является, в том числе, непосредственное обнаружение должностными лицами, уполномоченными составлять протоколы об административных правонарушениях, достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения.

Учитывая установленные ч. 1 ст. 37 Закона о рекламе особенности порядков принятия (только коллегиально) решения, являющегося результатом проведенной в ходе осуществления государственного контроля (надзора) проверки (примечание к ст. 28.1 КоАП РФ), и его обжалования (только судебный), у должностных лиц того же самого органа, единолично осуществляющих производство по делу об административном правонарушении, заведомо отсутствуют законные основания как переоценивать изложенные в не оспоренном в установленном порядке решении достаточные данные, указывающие на наличие события административного правонарушения, так и отражать результаты такой переоценки как в протоколе об административном правонарушении, так и в правонарушении, так и в соответствующем постановлении (п. 10.2 Постановления Пленума ВАС РФ от 30.06.2008 №30).

При этом необходимо учитывать, что дело об административном правонарушении может быть возбуждено должностным лицом, уполномоченным составлять протоколы об административных правонарушениях, только при наличии хотя бы одного из поводов, предусмотренных частями 1, 11 и 12 статьи 28.1 КоАП РФ, и достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения. Вступление в силу решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей не является таким поводом, как это предусмотрено частью 12 статьи 28.1 КоАП РФ в отношении вступления в силу решения комиссии антимонопольного органа, которым устанавливается факт нарушения антимонопольного законодательства (п. 4 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58).

Согласно ч. 1 ст. 25.15 КоАП РФ, лица, участвующие в производстве по делу об административном правонарушении, а также свидетели, эксперты, специалисты и переводчики извещаются или вызываются в суд, орган или к должностному лицу, в производстве которых находится дело, заказным письмом с уведомлением о вручении, повесткой с уведомлением о вручении, телефонограммой или телеграммой, по факсимильной связи либо с использованием иных средств связи и доставки, обеспечивающих фиксирование извещения или вызова и его вручение адресату.

Согласно ч. 3 ст. 25.15 КоАП РФ, место нахождения юридического лица, его филиала или представительства определяется на основании выписки из единого государственного реестра юридических лиц. Если юридическое лицо, участвующее в производстве по делу об административном правонарушении, ведет дело через представителя, извещение также направляется по месту нахождения (месту жительства) представителя.

КоАП РФ не содержит оговорок о необходимости направления извещения исключительно какими-либо определенными способами, в частности путем направления по почте заказного письма с уведомлением о вручении или вручения его адресату непосредственно. Следовательно, извещение может быть осуществлено каким-либо иным способом (например, путем направления телефонограммы, телеграммы, по факсимильной связи или электронной почте либо с использованием иных средств связи). Также надлежит иметь в виду, что не могут считаться не извещенными лица, отказавшиеся от получения

направленных материалов или не явившиеся за их получением, несмотря на почтовое извещение (п. 24.1 Постановление Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 № 10).

В соответствии с ч. 1 ст. 25.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого возбуждено производство по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с КоАП РФ.

Согласно ч. 1 ст. 25.5 КоАП РФ, для оказания юридической помощи лицу, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, в производстве по делу об административном правонарушении может участвовать защитник.

Руководствуясь ч. 2 п. 1 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922), Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, распространенную 20.03.2022 в эфире радиоканала «Плюс FM – ТАЛИЦА» ненадлежащей, нарушающей ч.2 ст.15 Закона о рекламе, поскольку продолжительность рекламы в радиопрограмме, не зарегистрированной в качестве средства массовой информации, специализирующегося на сообщениях и материалах рекламного характера, превышает 20% времени вещания в течение суток.

2. Предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства не выдавать.

3. **Законному представителю ООО «ИНКОМ»** надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 224) **19 июля 2022 г. в 11 час. 00 мин.** для составления в отношении юридического лица протокола об административном правонарушении, предусмотренном ч.2 ст.14.3 КоАП РФ с документами, удостоверяющими личность, а также представить письменные объяснения (ст.26.3 КоАП РФ) по факту выявленного правонарушения, в том числе о наличии/отсутствии возможности для соблюдения требований ч.2 ст.15 Закона о рекламе, о принятии всех зависящих мер по их соблюдению.

Явившемуся лицу при себе следует иметь следующие документы:

- документ, удостоверяющий личность;
- письменное объяснение по факту правонарушения (ст. 26.3 КоАП РФ);
- иные документы (сведения), которые лицо считает необходимыми для их приобщения к делу.

В случае явки защитника (ст. 25.5 КоАП РФ), обязательно наличие доверенности (от имени того лица, в отношении которого будет составляться протокол).

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель комиссии

<...>

Члены комиссии

<...>

<...>