



УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

РЕШЕНИЕ

по делу № 066/05/5-1313/2019

Резолютивная часть оглашена 16.07.2019

В полном объеме изготовлено 29.07.2019

г. Екатеринбург

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

<...> – заместитель руководителя управления, председатель Комиссии,

<...> – начальник отдела контроля органов власти, член Комиссии,

<...> – специалист-эксперт отдела контроля органов власти, член Комиссии, с участием в качестве:

- заявителя: Управление Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Уральскому Федеральному округу (620000, г. Екатеринбург, пр. Ленина, 39, а/я 337, далее – Управление Роскомнадзора по УрФО) – извещено, явка не обеспечена,

- лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе (рекламораспространители):

1) Ассоциация «Редакция газеты «Новый Компас» (ИНН 6612005180, ОГРН 1026600930894, юр. адрес: 623400, Свердловская область, г. Каменск-Уральский, ул. Ленина, д. 3) – <...> (доверенность б/н от 17.06.2019), <...> (законный представитель – генеральный директор);

2) ООО «Вверх-медиа» (ИНН 6612030073, ОГРН 1096612001089, юр. адрес: 623400, Свердловская область, г. Каменск-Уральский, ул. Ленина, д. 3) – <...> (доверенность б/н от 17.06.2019), <...> (законный представитель – генеральный директор);

3) ООО «Радио Город» (ИНН 6612031052, ОГРН 1096612002057, юр. адрес: 623400, Свердловская область, г. Каменск-Уральский, ул. Ленина, д. 3) – <...> (доверенность б/н от 17.06.2019), <...> (законный представитель – генеральный директор).

- слушателя: ИП <...> и представитель ИП <...> – <...> (доверенность б/н от 17.06.2019),

рассмотрев в рамках Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, далее – Правила рассмотрения дел) и Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12, далее – Административный регламент), дело, возбужденное по признакам нарушения ч. 10.1 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

Дело возбуждено в отношении рекламодателей рассматриваемой рекламы: Ассоциация «Редакция газеты «Новый Компас», ООО «Вверх-медиа», ООО «Радио Город» определением от 14.06.2019 на основании сведений, содержащихся в заявлении Управления Роскомнадзора по (вх. № 01-9540 от 18.04.2019).

Рассмотрение дела определением от 14.06.2019 назначено на 16.07.2019 в 12 час. 00 мин.

При рассмотрении дела установлено следующее.

В Свердловское УФАС России поступило заявление Управления Роскомнадзора по УрФО (вх. № 01-9540 от 18.04.2019) о распространении 05.04.2019 в эфире радиоканалов «Радио Компас» в 07 час. 47 мин., «Радио Рекорд. Каменск-Уральский» в 08 час. 17 мин. и 06.04.2019 в эфирах радиоканалов «Радио Европа+Каменск-Уральский» в 12 час. 37 мин., «Радио Динамит» в 07 час. 16 мин. аудиоролика с анонсом зрелищного мероприятия без указания категории информационной продукции в соответствии с требованиями Федерального закона от 29.12.2010 № 439-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (далее – Закон о защите детей от информации).

Указанная реклама имеет следующее содержание:

«20 апреля впервые в Каменске-Уральском только в ресторане «Мираж» зажигательный концерт Кати Чеховой. Подробная информация по телефону: 8-950-19-19-117. Успевай! Количество билетов ограничено».

Ассоциация «Редакция газеты «Новый компас» в письменных пояснениях (вх. № 01-16606 от 03.07.2019) указала следующее.

В соответствии со ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных ч. 10.1 ст. 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Между Ассоциацией «Редакция газеты «Новый компас» (Принципал) и ИП <...> (Агент) заключен Агентский договор № 01/01/19 от 01.01.2019.

По договору Агент обязуется от своего имени, но за счет Принципала совершать действия, в том числе, поиск потенциальных рекламодателей для создания и размещения рекламных аудиороликов на радиоканалах «Радио Компас» и «Радио Европа+Каменск-Уральский».

В соответствии с п. 1.2 договора Агент, в рамках договора является рекламопроизводителем и рекламодателем, несет ответственность за нарушение норм законодательства РФ о рекламе в части оформления, производства, подготовки рекламы, за нарушение в части, касающейся времени, места и средств размещения рекламы.

В соответствии с п. 5.3 договора Агент несет ответственность за полноту, качество и законность сообщаемых им сведений в информационных и рекламных материалах.

Таким образом, Ассоциация считает, что субъектом предполагаемого правонарушения является ИП <...>

ООО «Вверх медиа» в письменных пояснениях (вх. № 01-16527 от 03.07.2019) указала следующее.

В соответствии со ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных ч. 10.1 ст. 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Между ООО «Вверх-медиа» (Принципал) и ИП <...> (Агент) заключен Агентский договор № 01/01/19 от 01.01.2019.

По договору Агент обязуется от своего имени, но за счет Принципала совершать действия, в том числе, поиск потенциальных рекламодателей для создания и размещения рекламных аудиороликов на радиоканалах «Радио Компас» и «Радио Европа+Каменск-Уральский».

В соответствии с п. 1.2 договора Агент, в рамках договора является рекламопроизводителем и рекламораспространителем, несет ответственность за нарушение норм законодательства РФ о рекламе в части оформления, производства, подготовки рекламы, за нарушение в части, касающейся времени, места и средств размещения рекламы.

В соответствии с п. 5.3 договора Агент несет ответственность за полноту, качество и законность сообщаемых им сведений в информационных и рекламных материалах.

Таким образом, ООО «Вверх-медиа» считает, что субъектом предполагаемого правонарушения является ИП <...>

ООО «Радио Город» в письменных пояснениях (вх. № 01-16529 от 03.07.2019) указала следующее.

В соответствии со ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных ч. 10.1 ст. 5 Закона о рекламе несет рекламораспространитель.

Между ООО «Радио Город» (Принципал) и ИП <...> (Агент) заключен Агентский договор № 01/01/19 от 01.01.2019.

По договору Агент обязуется от своего имени, но за счет Принципала совершать действия, в том числе, поиск потенциальных рекламодателей для создания и размещения рекламных аудиороликов на радиоканалах «Радио Компас» и «Радио Европа+Каменск-Уральский».

В соответствии с п. 1.2 договора Агент, в рамках договора является рекламопроизводителем и рекламораспространителем, несет ответственность за нарушение норм законодательства РФ о рекламе в части оформления, производства, подготовки рекламы, за нарушение в части, касающейся времени, места и средств размещения рекламы.

В соответствии с п. 5.3 договора Агент несет ответственность за полноту, качество и законность сообщаемых им сведений в информационных и рекламных материалах.

Таким образом, ООО «Радио Город» считает, что субъектом предполагаемого правонарушения является ИП <...>

Представитель Ассоциации и Обществ при рассмотрении дела подтвердила, что реклама была выпущена без указания возраста.

При этом Ассоциация «Редакция газеты «Новый Компас», ООО «Вверх-медиа», ООО «Радио Город» не являются рекламораспространителями, рекламораспространителем является ИП <...> на основании заключенных агентских договоров.

Данное нарушение произошло по вине менеджеров, изготавливающих ролики, к которым ИП <...> были применены дисциплинарные наказания в виде строгого выговора. Менеджер в свой объяснительной указала, что подумала, что данный ролик является объявлением, а не рекламой.

Представитель также указала, что в самом ролике сообщается *«20 апреля впервые в Каменске-Уральском только в ресторане «Мираж» зажигательный концерт Кати Чеховой»*, что звучит как объявление, а подробная информация сообщается по телефону, и далее указан номер телефона 8-950-19-19-117. По этому номеру телефона разговаривали с менеджером ООО «Мираж», который пояснил, что при звонке по данному номеру все условия и были людям рассказаны, в первую очередь, возрастная маркировка.

Поскольку работники ИП <...> подумали, что данный ролик является объявлением, поэтому и решили, что к нему не нужна маркировка возраста.

Представитель Ассоциации и Обществ также указал, что, по мнению его доверителей, данный ролик не является рекламой, а является объявлением, так как указан телефон, где и были сообщены все условия. Объявление сообщает о том, что данное мероприятие будет проходить и нужно звонить по телефону, а организаторы этого зрелищного мероприятия по телефону объявили, что возрастное ограничение 18+, цена билета и т.д.

Законный представитель Обществ и Ассоциации <...> при рассмотрении дела указал, что в ролике не было рекламы Кати Чеховой, а также, что считает данный ролик объявлением, так как мероприятие проходило один раз. Дети на данное мероприятие попасть не могли, так как ресторан «Мираж» находится в поле и ночью дети туда не ходят.

На вопрос Комиссии об отсутствующих признаках рекламы в данном ролике, а также определении понятия «объявление», его признаках и отличии от понятия «рекламы», представитель Обществ и Ассоциации, а также <...> не ответили.

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).

Согласно п. 6 ч. 2 ст. 2 Закона о рекламе указанный закон не распространяется на объявления физических лиц или юридических лиц, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности.

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).

Потребители рекламы – лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама (п. 8 ст. 3 Закона о рекламе).

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.

В соответствии с представленными эфирными справками, рассматриваемый ролик был распространен в эфире радио «Радио Рекорд. Каменск-Уральский» с 02.04.2019 по 15.04.2019, в эфире радио «Радио Компас» с 02.04.2019 по 15.04.2019, в эфире радио «Радио Динамит» с 02.04.2019 по 15.04.2019, в эфире радио «Радио Европа+Каменск-Уральский» с 02.04.2019 по 15.04.2019.

Таким образом, материалами дела установлено, что в эфире радиоканалов «Радио Рекорд. Каменск-Уральский», «Радио Компас» «Радио Динамит», «Радио Европа+Каменск-Уральский» с 02.04.2019 по 15.04.2019 была распространена следующая информация:

«20 апреля впервые в Каменске-Уральском только в ресторане «Мираж» зажигательный концерт Кати Чеховой. Подробная информация по телефону: 8-950-19-19-117. Успевай! Количество билетов ограничено».

Указанная информация соответствует понятию реклама, изложенному в п. 1. ст. 3 Закона о рекламе, поскольку распространена эфире радио («Радио Рекорд. Каменск-Уральский», «Радио Компас», «Радио Европа+Каменск-Уральский»), адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания и поддержание интереса к объекту рекламирования – зрелищному мероприятию «концерт Кати Чеховой, планируемый к проведению 20.04.2019 в ресторане «Мираж» в г. Каменск-Уральском», формирование и поддержание интереса к данному зрелищному мероприятию, и его 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» (далее – Закон о защите детей от информации), 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** данного 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.

Концерт Кати Чеховой, планируемый к проведению 20.04.2019 в ресторане «Мираж» в г. Каменск-Уральском является зрелищным мероприятием, а, следовательно, информационной продукцией, распространяемой в эфире радиоканалов. Реклама данного мероприятия должна сопровождаться указанием категории данной информационной продукции.

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, содержащая информацию, предусмотренную ч. 2 ст. 5 данного Федерального закона).

В рассматриваемой рекламе зрелищного мероприятия отсутствует знак информационной продукции, который предусмотрен ч. 3 ст. 6 Закона о защите детей от информации.

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.

На основании вышеизложенного, Комиссия приходит к выводу о том, что рассматриваемая реклама зрелищного мероприятия распространена с нарушением требования ч. 10.1 ст. 5 Закона о рекламе, поскольку в ней отсутствует категория информационной продукции, который не предусмотрен ч. 3 ст. 6 Закона о защите детей от информации.

В соответствии с ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение ч. 10.1 ст. 25 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).

Согласно свидетельству от 01.12.2016 Эл № ТУ66-01625 о регистрации средства массовой информации «Радио Компас» учредителем СМИ «Радио Компас» является Ассоциация «Редакция газеты «Новый Компас» (623400, Свердловская область, г. Каменск-Уральский, ул. Ленина, д. 3).

Согласно свидетельству от 29.05.2015 Эл № ТУ66-01456 о регистрации средства массовой информации «Радио Рекорд. Каменск-Уральский» учредителем СМИ «Радио Рекорд. Каменск-Уральский» является ООО «Вверх-медиа» (623400, Свердловская область, г. Каменск-Уральский, ул. Ленина, д. 3).

Согласно свидетельству от 06.07.2015 Эл № ТУ66-01469 о регистрации средства массовой информации «Радио Европа+Каменск-Уральский» учредителем СМИ «Радио

Европа+Каменск-Уральский» является Ассоциация «Редакция газеты «Новый Компас» (623400, Свердловская область, г. Каменск-Уральский, ул. Ленина, д. 3).

Согласно свидетельству от 10.08.2012 Эл № ТУ66-01015 о регистрации средства массовой информации «Радио Динамит» учредителем СМИ «Радио Динамит» является ООО «Радио Город» (ИНН 6612031052, ОГРН 1096612002057, юр. адрес: 623400, Свердловская область, г. Каменск-Уральский, ул. Ленина, д. 3).

Между Ассоциацией «Редакция газеты «Новый компас» и ИП <...> (ОГРНИП 305661229000076, ИНН 661201293650), между ООО «Вверх-медиа» и ИП <...> , между ООО «Радио Город» и ИП <...> заключены договоры №№ 01/01/19 от 01.01.2019, 01/01/19 от 01.01.2019 и 01/01/19 от 01.01.2019 соответственно, предметом которых является следующее:

1.1 Агент обязуется от своего имени, но за счёт Принципала совершать следующие действия:

1.1.1. Поиск потенциальных рекламодателей для создания и размещения рекламных аудиороликов на радиоканале «Радио Динамит».

1.1.2. Заключение от своего имени договоров на создание и трансляцию рекламных аудиороликов;

1.1.3. Изготовление согласно техническим заданиям рекламодателей рекламных аудиороликов;

1.1.4. Сопровождение транслируемых рекламных аудиороликов, проверка их на соответствие с нормами действующего законодательства;

1.1.5. Принятие всех возможных мер для своевременного поступления оплаты от рекламодателей;

1.1.6. Урегулирование всех возможных претензий с рекламодателями, привлечёнными Агентом;

1.1.7. Проведение рекламных компаний в целях продвижения на рынке услуг по размещению рекламы на радио Принципала.

1.2. Агент, в рамках настоящего Договора является рекламопроизводителем и рекламораспространителем, несет ответственность за нарушение норм законодательства РФ о рекламе в части оформления, производства, подготовки рекламы, за нарушение в части, касающейся времени, места и средств размещения рекламы.

1.3. Права и обязанности по сделкам, совершенным Агентом в соответствии с настоящим Договором, возникают непосредственно у Агента.

Таким образом, рекламораспространитель рассматриваемой рекламы при рассмотрении дела не установлен.

В соответствии с представленными эфирными справками, рассматриваемая реклама была распространена в эфире радиоканалов «Радио Рекорд. Каменск-Уральский», «Радио Компас», «Радио Динамит», «Радио Европа+Каменск-Уральский» с 02.04.2019 по 15.04.2019, сведения о продолжении распространения рекламы в Управлении отсутствуют, в связи с чем, нет необходимости в выдаче предписания.

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. 1 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 п. 1.2, п.п. 3.40-3.45 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12), ч. 1 ст. 37 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «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 судам 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 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – 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).

Юридические лица, согласно ч. 1 ст. 2.10 КоАП РФ, подлежат административной ответственности за совершение административных правонарушений в случаях, предусмотренных статьями Особенной части КоАП РФ, а ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность юридических лиц.

Защиту прав и законных интересов юридического лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, или юридического лица, являющегося потерпевшим, осуществляют его законные представители (ч. 1 ст. 25.4 КоАП РФ).

Законными представителями юридического лица в соответствии с настоящим Кодексом являются его руководитель, а также иное лицо, признанное в соответствии с законом или учредительными документами органом юридического лица. Полномочия законного представителя юридического лица подтверждаются документами, удостоверяющими его служебное положение (ч. 1 ст. 25.4 КоАП РФ).

В соответствии с частью 3 статьи 2.1 КоАП РФ в случае совершения юридическим лицом административного правонарушения и выявления конкретных должностных лиц, по вине которых оно было совершено (ст. 2.4 КоАП РФ), допускается привлечение к

административной ответственности по одной и той же норме как юридического лица, так и указанных должностных лиц (п. 15 Постановления Пленума ВС РФ от 24.03.2005 № 5).

Под должностным лицом понимается лицо, выполняющее организационно-распорядительные или административно-хозяйственные функции.

Под организационно - распорядительными функциями понимаются полномочия, которые связаны с руководством трудовым коллективом или находящимися в их служебном подчинении отдельными работниками, с формированием кадрового состава и определением трудовых функций работников, с организацией порядка прохождения службы, применения мер поощрения или награждения, наложения дисциплинарных взысканий и т.п. К организационно-распорядительным функциям относятся полномочия лиц по принятию решений, имеющих юридическое значение и влекущих определенные юридические последствия.

Под административно-хозяйственными функциями понимаются полномочия по управлению и распоряжению имуществом и (или) денежными средствами, находящимися на балансе и (или) банковских счетах организаций, учреждений, воинских частей и подразделений, а также по совершению иных действий (п. 4 и п. 5 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 16.10.2009 №19 «О судебной практике по делам о злоупотреблении должностными полномочиями и о превышении должностных полномочий»).

В п. 11 Информационного письма Президиума ВАС РФ от 25 12 1998 №37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» разъяснено, что на основании статьи 19 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» от 27.12.91 № 2124-1 (в редакции ФЗ от 27.12.95 №11-ФЗ) ответственность за невыполнение требований, предъявляемых к деятельности средства массовой информации законодательными актами, несет главный редактор. Решение о публикации в газете принимается главным редактором либо в ином, определенном уставом редакции порядке. Помимо этого, в силу статьи 42 того же Закона никто не вправе обязать редакцию (рекламораспространителя) опубликовать отклоненное ею произведение, письмо, другое сообщение или материал, если иное не предусмотрено законом.

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 административных правонарушениях, 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.

На основании изложенного, руководствуясь ст. ст. 33 - 36 Закона о рекламе, в соответствии с п. 37 - 43 Правил рассмотрения дел, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, распространенную в эфире радиоканалов «Радио Рекорд. Каменск-Уральский», «Радио Компас», «Радио Динамит», «Радио Европа+Каменск-Уральский» с 02.04.2019 по 15.04.2019, следующего содержания: *«20 апреля впервые в Каменске-Уральском только в ресторане «Мираж» зажигательный концерт Кати Чеховой. Подробная информация по телефону: 8-950-19-19-117. Успевай! Количество билетов ограничено»*, ненадлежащей, нарушающей ч. 10.1 ст. 5 Закона о рекламе, что выразилось в распространении рекламы информационной продукции – зрелищного мероприятия «Концерта Кати Чеховой 20.04.2019 в ресторане «Мираж», подлежащей классификации в соответствии с Законом о защите детей от информации, без указания категории данной информационной продукции.

2. Предписание о прекращении распространения ненадлежащей рекламы не выдавать.

3. Законному представителю Ассоциации «Редакция газеты «Новый Компас» надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 220) **08 октября 2019 г. в 10 час. 00 мин.** для составления в отношении юридического лица протокола об административном правонарушении по ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ с документами, удостоверяющими личность и служебное положение и **в срок до 30 сентября 2019 г.** представить в Свердловское УФАС России следующие документы и сведения:

- письменные объяснения (ст. 26.3 КоАП РФ) по административному правонарушению, предусмотренному ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ;
- копию Устава редакции СМИ «Радио Компас» и СМИ «Радио Европа+Каменск-Уральский»;
- копию договора между учредителем и редакцией (при наличии);
- иные документы и сведения, имеющие значение для рассмотрения дела об административном правонарушении.

4. Главному редактору Ассоциации «Редакция газеты «Новый Компас» надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 220) **08 октября 2019 г. в 10 час. 30 мин.** для составления в отношении должностного лица протокола в отношении должностного лица об административном

правонарушении по ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ с документами, удостоверяющими личность и служебное положение либо обеспечить ознакомление с данным решением и явку должностного лица, ответственного за соответствие рассматриваемой в настоящем деле рекламы законодательству Российской Федерации (выполняющего обязанности главного редактора в случае его отсутствия в период распространения рекламы), и в **срок до 30 сентября 2019 г.** представить в Свердловское УФАС России следующие документы и сведения (их надлежаще заверенные копии) в отношении ответственного должностного лица:

- письменные объяснения (ст. 26.3 КоАП РФ) по факту выявленного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ;
- копию паспорта (разворот первой и второй страниц, страниц с адресом регистрации);
- документы, подтверждающие служебное положение (копии приказа о назначении/переводе на должность с отметкой об ознакомлении (на момент размещения рассматриваемой рекламы), должностной инструкции, иное);
- иные документы и сведения, имеющие значение для рассмотрения дела об административном правонарушении.

5. Законному представителю **ООО «Вверх-медиа»** надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 220) **08 октября 2019 г. в 11 час. 00 мин.** для составления в отношении юридического лица протокола об административном правонарушении по ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ с документами, удостоверяющими личность и служебное положение и в **срок до 30 сентября 2019 г.** представить в Свердловское УФАС России следующие документы и сведения:

- письменные объяснения (ст. 26.3 КоАП РФ) по административному правонарушению, предусмотренному ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ;
- копию Устава редакции СМИ «Радио Рекорд. Каменск-Уральский»;
- копию договора между учредителем и редакцией (при наличии);
- иные документы и сведения, имеющие значение для рассмотрения дела об административном правонарушении.

6. **Главному редактору ООО «Вверх-медиа»** надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 220) **08 октября 2019 г. в 11 час. 30 мин.** для составления в отношении должностного лица протокола в отношении должностного лица об административном правонарушении по ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ с документами, удостоверяющими личность и служебное положение либо обеспечить ознакомление с данным решением и явку должностного лица, ответственного за соответствие рассматриваемой в настоящем деле рекламы законодательству Российской Федерации (выполняющего обязанности главного редактора в случае его отсутствия в период распространения рекламы), и в **срок до 30 сентября 2019 г.** представить в Свердловское УФАС России следующие документы и сведения (их надлежаще заверенные копии) в отношении ответственного должностного лица:

- письменные объяснения (ст. 26.3 КоАП РФ) по факту выявленного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ;
- копию паспорта (разворот первой и второй страниц, страниц с адресом регистрации);
- документы, подтверждающие служебное положение (копии приказа о назначении/переводе на должность с отметкой об ознакомлении (на момент размещения рассматриваемой рекламы), должностной инструкции, иное);

- иные документы и сведения, имеющие значение для рассмотрения дела об административном правонарушении.

7. Законному представителю **ООО «Радио Город»** надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 220) **08 октября 2019 г. в 12 час. 00 мин.** для составления в отношении юридического лица протокола об административном правонарушении по ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ с документами, удостоверяющими личность и служебное положение и **в срок до 30 сентября 2019 г.** представить в Свердловское УФАС России следующие документы и сведения:

- письменные объяснения (ст. 26.3 КоАП РФ) по административному правонарушению, предусмотренному ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ;
- копию Устава редакции СМИ «Радио Динамит»;
- копию договора между учредителем и редакцией (при наличии);
- иные документы и сведения, имеющие значение для рассмотрения дела об административном правонарушении.

8. **Главному редактору Ассоциации «Редакция газеты «Новый Компас»** надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 220) **08 октября 2019 г. в 12 час. 30 мин.** для составления в отношении должностного лица протокола в отношении должностного лица об административном правонарушении по ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ с документами, удостоверяющими личность и служебное положение либо обеспечить ознакомление с данным решением и явку должностного лица, ответственного за соответствие рассматриваемой в настоящем деле рекламы законодательству Российской Федерации (выполняющего обязанности главного редактора в случае его отсутствия в период распространения рекламы), и **в срок до 30 сентября 2019 г.** представить в Свердловское УФАС России следующие документы и сведения (их надлежаще заверенные копии) в отношении ответственного должностного лица:

- письменные объяснения (ст. 26.3 КоАП РФ) по факту выявленного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ;
- копию паспорта (разворот первой и второй страниц, страниц с адресом регистрации);
- документы, подтверждающие служебное положение (копии приказа о назначении/переводе на должность с отметкой об ознакомлении (на момент размещения рассматриваемой рекламы), должностной инструкции, иное);
- иные документы и сведения, имеющие значение для рассмотрения дела об административном правонарушении.

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

В соответствии с ч. 4.1. ст. 28.2 КоАП РФ в случае неявки физического лица, или законного представителя физического лица, или законного представителя юридического лица, в отношении которых ведется производство по делу об административном правонарушении, если они извещены в установленном порядке, протокол об административном правонарушении составляется в их отсутствие.

*Непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных **законодательством** о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации) влечет наложение административного штрафа на*

должностных лиц в размере от двух тысяч до десяти тысяч рублей; на юридических лиц - от двадцати тысяч до двухсот тысяч рублей (ч. 6 ст. 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях).

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

Председатель комиссии

<...>

Члены комиссии

<...>

<...>