

[]

[]

ПОСТАНОВЛЕНИЕ
о назначении административного наказания
по делу № 033/04/14.3-178/2019 об административном правонарушении

5 апреля 2019 года

г. Владимир

Я, врио руководителя Владимирского УФАС России «_____», рассмотрев материалы дела об административном правонарушении № 033/04/14.3-178/2019, возбужденного по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) в отношении главного редактора газеты «Новая жизнь» «_____», действующая на основании распоряжения № 34-к от 29.12.2012,

УСТАНОВИЛА:

Согласно протоколу об административном правонарушении от 27.03.2019, составленного в отсутствие главного редактора газеты «Новая жизнь» «_____», действующая на основании распоряжения № 34-к от 29.12.2012., «_____» Забегаевой вменяется совершение правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Событие административного правонарушения установлено решением Комиссии Владимирского УФАС России от 30.01.2019 по делу № Р-1303-02/2018.

Комиссия Владимирского УФАС России по результатам рассмотрения дела № Р-1303-02/2018 установила факт размещения рекламного объявления в газете «Новая жизнь» рекламного объявления в выпуске № 66 от 7.12.2018 г. на стр. 6 следующего содержания: «Выставочный Зал (Гороховец, ул. Ленина,17..Начало в 18:00)...4,5 января 2019..Концерт-погружение «И я там был», содержащего нарушения ч. 10.1 ст. 5 и ст. 16 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

В соответствии со ст. 3 Закона о рекламе:

- 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;

- 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.

Указанная информация содержит следующие признаки рекламы:

- распространена посредством размещения в периодическом печатном средстве массовой информации - газете "Новая Жизнь";

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – концерту «И я там был» в интерьерах выставки «Здесь русский дух, здесь Русью пахнет», организованного Отделом культуры, молодежи и спорта администрации Гороховецкого района и Концертным агентством «ПримаНота».

Таким образом, информация, распространенная посредством размещения на стр. 6 газеты "Новой Жизни" № 66 от 07.12.2018, является рекламой.

В соответствии с ч. 10.1 ст. 5 ФЗ «О рекламе» не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», без указания категории данной информационной продукции.

В соответствии с п.5 ст. 2 ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» **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.

В соответствии с ч.3 ст. 2 ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» **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.

Информация, размещенная в указанной рекламе подпадает под определение зрелищного мероприятия, а следовательно является информационной продукцией. Таким образом, на указанную рекламу распространяются требования об указании категории данной информационной продукции, следовательно она должна содержать знак информационной продукции.

Согласно ч. 2 ст. 2 ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» знак информационной продукции - графическое и (или) текстовое обозначение информационной продукции в соответствии с классификацией информационной продукции.

Под классификацией информационной продукции понимается распределение информационной продукции в зависимости от ее тематики, жанра, содержания и художественного оформления по возрастным категориям детей в порядке, установленном пункт 9 статьи 2 Закона о защите детей от информации.

Классификация информационной продукции осуществляется в соответствии с

требованиями Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» 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 частью 2 статьи 5 настоящего Федерального закона).

Исходя из положений части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе, не допускается размещение рекламы информационной продукции без указания ее категории.

Согласно статье 16 Федерального закона "О рекламе" размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой "реклама" или пометкой "на правах рекламы". Объем рекламы в таких изданиях должен составлять не более чем сорок процентов объема одного номера периодических печатных изданий. Требование о соблюдении указанного объема не распространяется на периодические печатные издания, которые зарегистрированы в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера и на обложке и в выходных данных которых содержится информация о такой специализации.

Рекламная информация, размещенная на странице 6 газеты «Новая жизнь» выпуск № 66 от 7.12.2018 г. следующего содержания: «Выставочный Зал (Гороховец, ул.Ленина,17..Начало в 18:00...4,5 января 2019..Концер-погружение «И я там был» не сопровождается пометкой "реклама" или "на правах рекламы", следовательно, в рассматриваемом случае содержится нарушение ст. 16 Федерального закона "О рекламе".

Таким образом, в рекламном объявлении, размещенного в газете «Новая жизнь» выпуск № 66 от 7.12.2018 г. на стр. 6 следующего содержания: «Выставочный Зал (Гороховец, ул.Ленина,17..Начало в 18:00...4,5 января 2019..Концер-погружение «И я там был», содержатся нарушения ч. 10.1 ст. 5 и ст. 16 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

Ответственность за нарушение требований, установленных ч. 10.1 ст.5 и ст.16 «О рекламе» в соответствии с частью 7 статьи 38 Закона «О рекламе» возложена на рекламораспространителя.

Исходя из имеющихся у антимонопольного органа материалов следует, что рекламораспространителем является редакция газеты «Новая Жизнь» (Свидетельство о регистрации ПИ № ТУ 33-00286, главный редактор «_____», действующая на основании распоряжения № 34-к от 29.12.2012).

Нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 6 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Указанные обстоятельства позволяют сделать вывод о том, что противоправные действия главного редактора газеты «Новая Жизнь» «_____» образуют состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьей 14.3 КоАП РФ – нарушение рекламораспространителем законодательства РФ о рекламе.

Объективная сторона данного правонарушения выражается в размещении в газете «Новая жизнь» выпуск № 66 от 7.12.2018 г. на стр. 6 следующего содержания: «Выставочный Зал (Гороховец, ул.Ленина,17..Начало в 18:00...4,5 января 2019..Концер-

погружение «И я там был», нарушающего ч. 10.1 ст. 5 и ст. 16 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

Место совершения административного правонарушения: Гороховецкий р-н, Владимирская обл.

Время совершения административного правонарушения: декабрь 2018 года.

Объект правонарушения – общественные отношения, возникающие в процессе производства, размещения и распространения рекламы на рынках товаров, работ, услуг.

Субъект правонарушения – главный редактор газеты «Новая жизнь» «_____», действующая на основании распоряжения № 34-к от 29.12.2012.

Субъективная сторона правонарушения характеризуется виной в форме неосторожности.

Объективных обстоятельств, делавших невозможным выполнение главным редактором газеты «Новая жизнь» «_____» требований Федерального закона от 13.03.2016 № 38-ФЗ «О рекламе» и недопущения совершения административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, не усматривается.

Согласно пункту 18.1. Постановления Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях», квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях.

Оснований для признания указанного правонарушения малозначительным должностное лицо Владимирского УФАС России не находит.

Смягчающими обстоятельствами, выявленными при рассмотрении дела об административном правонарушении № 033/04/14.3-178/2019, являются следующие: добровольное устранение нарушения до рассмотрения дела об административном правонарушении.

В качестве обстоятельства, отягчающего административную ответственность (статья 4.3 КоАП РФ), должностным лицом, рассматривающим дело № 033/04/14.3-178/2019, признан тот факт, что ранее главный редактор газеты «Новая жизнь» «_____» привлекалась к административной ответственности за совершение однородного административного правонарушения, ответственность за которое установлена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ (постановление Владимирского УФАС России от 08.06.2018 по делу № А-461-02/2018).

Срок давности привлечения юридического лица к административной ответственности, установленный частью 1 статьи 4.5 КоАП РФ за нарушение законодательства о рекламе, на момент вынесения настоящего постановления не истек.

При назначении административного наказания учтены фактические обстоятельства совершения административного правонарушения, отсутствие отягчающих ответственность обстоятельств, предусмотренных статьей 4.3 КоАП РФ.

Допущенных при производстве по делу об административном правонарушении нарушений процессуальных требований, установленных КоАП РФ, последствием которых явилось необеспечение лицу, в отношении которого возбуждено рассматриваемое дело, гарантий, предусмотренных КоАП РФ, не установлено.

Все процессуальные права лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, предусмотренные КоАП РФ, соблюдены.

Постановление по делу об административном правонарушении № 033/04/14.3-178/2019 вынесено в отсутствие главного редактора газеты «Новая жизнь» «_____», действующая на основании распоряжения № 34-к от 29.12.2012, ходатайствующая о рассмотрении дела в ее отсутствие.

Руководствуясь статьями 23.48, 29.9, 2.4, 3.4, 4.1.1, а также частью 1 статьи 14.3, статьями 4.5, 29.5, 29.6 Кодекса Российской Федерации об административных

правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛА:

Признать главного редактора газеты «Новая жизнь» «_____», действующая на основании распоряжения № 34-к от 29.12.2012, виновной в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, и назначить административное наказание в виде **административного штрафа в размере 4 500 (четыре тысяч пятисот) рублей.**

Сумму штрафа надлежит уплатить в федеральный бюджет по следующим банковским реквизитам:

Получатель: УФК по Владимирской области (Владимирское УФАС России)

ИНН: «_____»

КПП: «_____»

Банк: Отделение Владимир

Р/с: «_____»

БИК: «_____»

Статус: 08 (плательщики иных обязательных платежей)

Код платежа: «_____»

ОКТМО: «_____»

УИН: «_____»

Назначение платежа: Штраф за нарушение рекламного законодательства по постановлению № **033/04/14.3-178/2019.**

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 КоАП штраф должен быть уплачен не позднее 60 дней со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5 КоАП сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме.

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного штрафа.

В соответствии с частью 1 статьи 30.3 КоАП постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1 КоАП 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.

Врио руководителя управления

«_____»