

ПОСТАНОВЛЕНИЕ
об административном правонарушении
по делу № 35-АР-2017

08 ноября 2017 г.
Чебоксары

г.

«...», рассмотрев протокол об административном правонарушении от 31.10.2017, составленный «...» и другие материалы дела об административном правонарушении, возбужденного в отношении **ООО "Студия рекламы" (ИНН 2130170960, 428015, г.Чебоксары, пр-т Московский, д.19/5, пом.2)** по признакам совершения административного правонарушения ответственность, за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ), в связи с нарушением части 2 статьи 19 Закона о рекламе, в присутствии лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении - директора ООО "Студия рекламы" «...» (личность установлена по паспорту),

УСТАНОВИЛ:

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.

При наличии предусмотренного [п. 1 ч. 1 ст. 28.1](#) КоАП РФ повода к возбуждению дела об административном правонарушении в случае, если достаточные данные, указывающие на наличие события административного правонарушения, обнаружены должностным лицом, уполномоченным составлять протоколы об административных правонарушениях, в ходе проведения проверки при осуществлении

государственного контроля (надзора) или муниципального контроля, дело об административном правонарушении может быть возбуждено после оформления акта о проведении такой проверки.

Таким образом, в результате осуществления контроля за соблюдением обязательных требований Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее Закон о рекламе) в части использования рекламной конструкции исключительно в целях распространения рекламы, социальной рекламы 11.10.2017 Чувашским УФАС России выявлено размещение на конструкции, установленной, рядом с многоквартирным жилым домом, по адресу г. Чебоксары, ул. Университетская, д. 20/1, рекламной информации, содержащей следующий текст.

"ЛДПР Прием граждан: г.Чебоксары, пр-т Мира, д.76а, *(8352)22-26-20 ldpr.today,.ru".

В связи с обнаруженным фактом составлен акт наблюдения от 11.10.2017.

При этом ООО "Студия рекламы" признано нарушившим требования Закона о рекламе, выразившиеся в распространении ненадлежащей рекламы, противоречащей требованиям определенной ч. 2 ст. 19 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 4 статьи 38 Закона о рекламе нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Учитывая изложенное, действия ООО "Студия рекламы" по распространению ненадлежащей рекламы, нарушающие требования Закона о рекламе, образуют состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Таким образом, возбуждено делопроизводство об административном правонарушении № 35-АР-2017 (протокол от 31.10.2017), в соответствии с которым ООО "Студия рекламы" вменено нарушение требований, установленных к социальной рекламе частью 2 статьи 19 Закона о рекламе.

Исследовав материалы дела, заслушав доводы представителя ООО "Студия рекламы", прихожу к следующим выводам.

В целях осуществления контроля соблюдения обязательных требований Закона о рекламе 11.10.2017 Чувашским УФАС России выявлено размещение на конструкции, установленной, рядом с многоквартирным жилым домом, по адресу г. Чебоксары, ул. Университетская, д. 20/1, рекламной информации, содержащей следующий текст.

"ЛДПР Прием граждан: г.Чебоксары, пр-т Мира, д.76а, *(8352)22-26-20 ldpr.today,.ru".

С точки зрения ст. 3 Закона о рекламе, под рекламой понимается 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.

Таким образом, изучив содержание вышеуказанной рассматриваемой информации, можно сделать вывод, что данная информация соответствует всем квалифицирующим признакам рекламы, определенным статьей 3 Закона о рекламе.

Рассматриваемая рекламная информация публично распространена, предназначена для неопределенного круга лиц, при этом, преследует цель обратить внимание потребителя данной рекламы на деятельность либерально - демократической партии России (ЛДПР), осуществляющей прием граждан по вышеуказанному адресу.

В силу требований части 2 статьи 19 Закона о рекламе, рекламная конструкция должна использоваться исключительно в целях распространения рекламы, социальной рекламы.

Согласно п. 11 ст.3 Закона о рекламе, социальная реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

Кроме того, пунктом 1 части 2 статьи 2 Закона о рекламе закреплено, что данный [закон](#) не распространяется на политическую рекламу, в том числе предвыборную агитацию и агитацию по вопросам референдума.

Политическая реклама не соответствует определению рекламы,

содержащемуся в Законе о рекламе.

При этом, в силу требований части 2 статьи 19 Закона о рекламе, рекламная конструкция должна использоваться исключительно в целях распространения рекламы, социальной рекламы.

Таким образом, размещение материалов, направленных на популяризацию тех или иных партий или политиков на рекламных конструкциях, должно считаться противозаконным и не допускаться за пределами агитационных периодов, предусмотренных избирательным законодательством.

Данная позиция согласно Приложению к Протоколу совещания по вопросам, связанным с возможностью размещения предвыборной агитации на рекламных конструкциях от 20.06.2007 N 1 поддерживается также и ЦИК РФ, а именно: размещение подобных материалов (политической рекламы) на рекламных конструкциях возможно только в агитационный период, за пределами агитационных периодов, предусмотренных избирательным законодательством, размещение на рекламных конструкциях агитационных материалов не допускается.

Размещение политической рекламы регулируется общими требованиями избирательного законодательства Российской Федерации, в первую очередь Федеральным законом от 12.06.2002 № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» (далее Закон об основных гарантиях избирательных прав).

В отсутствие легального правового определения политической рекламы, Законом об основных гарантиях избирательных прав подробно регулируется такая форма политической рекламы как предвыборная агитация.

В соответствии с пунктами 2, 4 статьи 2 вышеуказанного законодательства, агитационным периодом является период, в течение которого разрешается проводить предвыборную агитацию - деятельность, осуществляемую в период избирательной кампании и имеющую целью побудить избирателей к голосованию за кандидата, кандидатов, список, списки кандидатов или против него (них).

Таким образом, законодательство Российской Федерации предусматривает разные виды информации, разрешенной для распространения на рекламных конструкциях и адресованной для неопределенного круга лиц, в зависимости от целей распространения информации.

С учетом совокупного анализа норм, содержащихся в Законе о рекламе и в Законе об основных гарантиях избирательных прав, на рекламных конструкциях допускается распространение рекламы, социальной рекламы, а также предвыборной агитационной информации

в период предвыборной агитации.

Из информации Центральной избирательной комиссии Чувашской Республики, представленной по запросу Чувашского УФАС России о проведении (либо отсутствии) на момент обнаружения рассматриваемой рекламы на территории Чувашской Республики предвыборной агитации, следует, что рассматриваемая рекламная информация не может признаваться предвыборной агитацией.

Рассматриваемая реклама, содержащая наименование партии ЛДПР, исполнена в виде заголовка крупными буквам, занимающего основную площадь рекламной конструкции по отношению к остальному тексту, отраженному в рекламе.

Рекламный текст, представленный в таком формате донесения до потребителей, привлекает внимание именно к данной политической партии.

Социальная реклама представляет общественные и государственные интересы и направлена на достижение определенных целей, а также как способ привлечения внимания к актуальным социальным проблемам, привлечение внимания к социально значимой информации, нравственным ценностям.

В рассматриваемом случае политическая реклама партии ЛДПР не подпадает под определение социальной рекламы, в связи с тем, что в данном случае отсутствует благотворительная либо иная полезная цель.

Целью данной рекламы является сформировать интерес потребителей (потенциальных избирателей) к деятельности данной партии, с указанием контактных данных приема граждан: г.Чебоксары, пр-т Мира, д.76а, *(8352)22-26-20 ldpr.today,.ru".

Таким образом, вне зависимости от визуального оформления рекламной конструкции, она выполняет роль политической рекламы, которая запрещена в вне пределов агитационного периода в соответствии с избирательным законодательством.

В связи с тем, что Закон о рекламе предписывает только целевое использование рекламной конструкции, размещение на ней любой иной информации целевым использованием не является и становится нарушением.

В данном случае рассматриваемая рекламная информация не подпадает под определение социальной рекламы, что указывает на признаки нарушения ч.2 ст.19 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение требований, установленных ч.2 ст. 19 Закона о рекламе возложена на рекламодателя (ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе).

Согласно [ст. 3](#) Закона о рекламе, рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с [ч. 1 ст. 19](#) ФЗ "О рекламе" распространение наружной рекламы с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, проекционного и иного предназначенного для проекции рекламы на любые поверхности оборудования, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее - рекламные конструкции), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта осуществляется владельцем рекламной конструкции, являющимся рекламодателем, с соблюдением требований настоящей [статьи](#).

Владелец рекламной конструкции (физическое или юридическое лицо) - собственник рекламной конструкции либо иное лицо, обладающее вещным правом на рекламную конструкцию или правом владения и пользования рекламной конструкцией на основании договора с ее собственником.

Из информации, представленной по запросу Чувашского УФАС России администрацией г.Чебоксары следует, что владельцем рекламной конструкции, установленной по вышеуказанному адресу, в настоящее время является ООО "Студия рекламы" в соответствии с соглашением от 01.07.2016 к договору от 15.05.2013 № 21, заключенному между администрацией г.Чебоксары и ООО "Студия рекламы" в связи с заключенным между ООО "Мир рекламы" и ООО "Студия рекламы" соглашением от 01.07.2017 № 21/16 об уступке прав и обязанностей.

Владелец рекламной конструкции - рекламодатель. Таким образом, рекламодателем в данном случае является ООО "Студия рекламы".

В рассматриваемой ситуации ООО "Студия рекламы" является лицом, предоставляющим потребителям рассматриваемую рекламу.

Таким образом, ООО "Студия рекламы" нарушило требования Закона о рекламе, в связи с распространением ненадлежащей рекламы, противоречащей требованиям, определенным ч.2 ст.19 Закона о рекламе.

Объектом рассматриваемого правонарушения является установленный порядок в области предпринимательской деятельности и деятельности саморегулирующей организации.

Объективная сторона состоит в нарушении законодательства о рекламе.

Субъектом административного правонарушения является ООО "Студия рекламы".

Субъективная сторона выражается в форме вины, ООО "Студия рекламы" должно было знать и соблюдать законодательство Российской Федерации о рекламе, однако, в ходе осуществления своей деятельности допустило нарушение требований действующего законодательства.

Учитывая изложенное, действия ООО "Студия рекламы" образуют состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В силу части 2 статьи 2.1 КоАП юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых настоящим Кодексом или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Статьей 26.1 КоАП предусмотрено, что одним из обстоятельств, подлежащих выяснению по делу об административном правонарушении является виновность лица в совершении административного правонарушения.

Отсутствие вины юридического лица предполагает объективную невозможность соблюдения установленных правил, необходимость принятия мер, от юридического лица не зависящих.

В соответствии с частью 2 статьи 2.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административное правонарушение признается совершенным по неосторожности, если лицо, его совершившее, предвидело возможность наступления вредных последствий своего действия (бездействия), но без достаточных к тому оснований самонадеянно рассчитывало на предотвращение таких последствий либо не предвидело возможности наступления таких последствий, хотя должно было и могло их предвидеть.

Из материалов настоящего дела видно, что ООО "Студия рекламы" виновно в совершении административного правонарушения,

предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, поскольку оно имело возможность не допустить совершение административного правонарушения, однако при отсутствии объективных, чрезвычайных и непреодолимых обстоятельств не предприняло все зависящие от него меры для соблюдения требований Закона о рекламе, хотя должно было предвидеть возможность наступления вредных последствий своих действий, но без достаточных к тому оснований самонадеянно рассчитывало на их предотвращение.

При назначении наказания ООО "Студия рекламы" учтены обстоятельства и характер совершенного правонарушения.

Обстоятельства, отягчающие административную ответственность, отсутствуют.

В соответствии со статьей 2.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, орган, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

При этом оценка малозначительности деяния должна соотноситься с причинением либо угрозой причинения вреда личности, обществу или государству.

Понятие малозначительности административного правонарушения является категорией оценочной и определяется судьей, органом, должностным лицом, уполномоченным решить дело в каждом конкретном случае с учетом выявленных обстоятельств.

В пункте 21 постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 24.03.2005 № 5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении КоАП РФ» малозначительным административным правонарушением является действие или бездействие, хотя формально и содержащее признаки состава административного правонарушения, но с учетом характера совершенного правонарушения и роли правонарушителя, размера вреда и тяжести наступивших последствий не представляющее существенного нарушения охраняемых общественных правоотношений.

Совершенное ООО "Студия рекламы" правонарушение посягает на установленный в Российской Федерации порядок распространения рекламы, создает существенную угрозу охраняемым общественным

правоотношениям, следовательно, не может быть признано малозначительным.

По сведениям из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательств, размещенного на официальном сайте Федеральной налоговой службы в информационно - телекоммуникационной сети Интернет по адресу: <https://www.nalog.ru>, ООО "Студия рекламы" указано в качестве микропредприятия.

Федеральным законом от 03.07.2016 № 316-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях», вступившим в силу 04.07.2016, Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях дополнен статьей 4.1.1, предусматривающей замену административного наказания в виде административного штрафа на предупреждение являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, и юридическим лицам, а также их работникам за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей раздела II настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях.

Согласно части 2 статьи 4.1.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административное наказание в виде административного штрафа не подлежит замене на предупреждение в случае совершения административного правонарушения, предусмотренного статьями 14.31 - 14.33, 19.3, 19.5, 19.5.1, 19.6, 19.8 - 19.8.2, 19.23, частями 2 и 3 статьи 19.27, статьями 19.28, 19.29, 19.30, 19.33 настоящего Кодекса.

Руководствуясь [частью 2 статьи 3.4](#), [частями 1, 3 статьи 4.1](#) Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, принимая во внимание, что ООО "Студия рекламы" является субъектом микропредприятия, при этом, данное правонарушение совершено впервые, ранее к административной ответственности, предусмотренной ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, не привлекалось, а также в отсутствие доказательств причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного

характера, имущественного ущерба, а также отягчающих ответственность обстоятельств, учитывая совершение вменяемого административного правонарушения впервые, прихожу к выводу о возможности применения к нему меры административной ответственности в виде предупреждения.

По правилам ч. 1 ст. 3.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях предупреждение - мера административного наказания, выраженная в официальном порицании физического или юридического лица. Предупреждение выносится в письменной форме.

Предупреждение устанавливается за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при отсутствии имущественного ущерба.

Определяя степень ответственности ООО "Студия рекламы", считаю возможным применить к нему меру административного наказания в соответствии со статьей 3.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

На основании изложенного, руководствуясь ст. 23.48, 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать ООО "Студия рекламы" виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Назначить ООО "Студия рекламы" меру административного наказания в виде предупреждения.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в Арбитражный суд Чувашской Республики в течение 10 дней с момента получения или вручения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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.

«...»