

Постановление

о наложении штрафа по делу об
административном правонарушении № 03-22/60

19 ноября 2010 года

г. Йошкар-Ола

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл Зубарев Валерий Вячеславович, рассмотрев протокол от 16 сентября 2010 года и материалы дела об административном правонарушении № 03-22/60, возбужденного в отношении индивидуального предпринимателя М., по факту нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

в отсутствие надлежащим образом уведомленной ИП М.

Установил:

По инициативе Марийского УФАС России было возбуждено дело об административном правонарушении № 03-22/60 в отношении ИП М. по факту нарушения статьи 8 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (далее – Закон о рекламе) при размещении рекламы «Автосуши Банзай» в газете «Волжские страницы» № 19 от 22 мая 2010 года.

Протокол об административном правонарушении от 27 октября 2010 года составлен специалистом - экспертом отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Марийского УФАС России Б., в соответствии со статьями 28.2, 28.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ).

Протокол был составлен в присутствии ИП М. Копия протокола об административном правонарушении (вх. 03-22/3916 от 27.10.2010г.) и определения о назначении времени и места рассмотрения дела об административном правонарушении (вх. 03-22/3918 от 27.10.2010г.) вручены ИП М. 27.10.2010г., о чем имеются соответствующие отметки в протоколе и в определении.

Протоколом установлено следующее.

В ходе проведения мониторинга рекламы, размещенной в газете «Волжские страницы» № 19 от 22 мая 2010 года (далее – Газета), специалистами Марийского УФАС России обнаружена реклама, содержащая признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Так на пятой полосе Газеты размещена реклама следующего содержания: «Автосуши Банзай Суши и роллы от 50 руб. Доставка по городу бесплатно г. Волжск, ул. Дружбы, д. 14 тел. » (далее – информация «Автосуши Банзай»).

Результаты мониторинга зафиксированы актом от 17 июня 2010 года.

Антимонопольным органом установлено и подтверждается материалами дела, что размещение

информации «Автосуши Банзай» в Газете осуществлялось на основании договора № 23 от 14 мая 2010 года, заключенного между ИП А. и ИП М.

Согласно статье 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.

Таким образом, информация «Автосуши Банзай», является рекламой.

В соответствии с пунктом 2 статьи 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.

Согласно пункту 3 статьи 3 Закона о рекламе, товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Указанное рекламное объявление направлено на привлечение внимания потенциальных покупателей к услуге по доставке товаров – блюд японской кухни (суши, роллов).

Согласно пункту 1 статьи 26.1 Федерального закона от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» дистанционным способом продажи товара считается заключение договора розничной купли-продажи на основании ознакомления потребителя с предложенным продавцом описанием товара посредством каталогов, проспектов, буклетов, фотоснимков, средств связи (телевизионной, почтовой, радиосвязи и других) или иными исключаящими возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора (дистанционный способ продажи товара) способами.

Таким образом, объектом рекламирования рекламы «Автосуши Банзай» является дистанционная продажа товаров - блюд японской кухни (суши, роллов).

В соответствии с частью 11 статьи 5 Закона о рекламе при производстве, распространении и размещении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации.

Согласно статье 8 Закона о рекламе в рекламе товаров при дистанционном способе их продажи должны быть указаны сведения о продавце таких товаров: наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

В нарушение указанной нормы закона, в рекламе «Автосуши Банзай» отсутствует фамилия, имя, отчество индивидуального предпринимателя, оказывающего услугу по дистанционной продаже суши, а также его основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя.

Таким образом, реклама «Автосуши Банзай» нарушает требования статьи 8 Закона о рекламе.

В соответствии со статьей 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение статьи 8 Закона о рекламе несёт рекламодатель, рекламораспространитель и рекламопроизводитель в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Согласно статье 3 Закона о рекламе рекламодатель – это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно договора № 23 от 14 мая 2010 года, заключенного между ИП Л. («Рекламистом») и ИП М. («Рекламодателем») «Рекламист» публикует рекламные модули, изготовленные «Рекламодателем», либо по просьбе «Рекламодателя», рекламные модули разрабатывает и изготавливает «Рекламист». «Рекламодатель» оплачивает работу «Рекламиста».

ИП М. определила объект рекламирования и содержание рекламы (заключила договор с ИП Л. на изготовление и размещение рекламных материалов в эфире, согласовала содержание рекламного объявления, приняла и оплатила услугу по изготовлению и размещению рекламы).

Таким образом, ИП М. является рекламодателем и несет ответственность за нарушение статьи 8 Закона о рекламе.

В силу части 1 статьи 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое названным Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Объектом данного административного правонарушения является установленный порядок производства, размещения и распространения рекламы.

Субъектом данного правонарушения является рекламодатель - ИП М., разместившая в Газете рекламу, не соответствующую требованиям действующего законодательства о рекламе.

ИП М. как субъект правоотношений, регулируемых законодательством Российской Федерации о рекламе, имела возможность выполнить обязанность по размещению рекламы, соответствующей нормам Закона о рекламе, однако ее не исполнила.

В ходе рассмотрения дела, объективных обстоятельств, препятствующих выполнению ИП М. своих обязанностей, в том числе по соблюдению действующего законодательства о рекламе, не установлено.

Ответственность в виде штрафных санкций за данное нарушение предусматривается частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с примечанием к статье 2.4 КоАП РФ лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, несут административную ответственность как должностные лица.

Согласно части 1 статьи 2.2 КоАП РФ административное правонарушение признается совершенным умышленно, если лицо, его совершившее, сознавало противоправный характер своего действия (бездействия), предвидело его вредные последствия и желало наступления таких последствий или сознательно их допускало либо относилось к ним безразлично.

В силу части 2 статьи 2.2 КоАП РФ 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.

Неосторожная вина состоит в том, что, совершая то или иное деяние, виновное лицо как субъект административного правонарушения не осознает его противоправности, однако при должной осмотрительности оно должно было и могло предвидеть наступление неблагоприятных последствий для правоотношений, охраняемых административным правом.

Антимонопольный орган пришел к выводу, что в действиях ИП М. по размещению ненадлежащей рекламы содержится вина в форме неосторожности.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3. КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере - от четырех тысяч до

двадцати тысяч рублей.

Обстоятельством смягчающим административную ответственность антимонопольный орган признаёт совершение правонарушения впервые.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, не установлено.

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

Из смысла статьи 2.9 КоАП РФ с учетом пункта 18 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 02.06.2004 года № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях», оценка малозначительности деяния должна соотноситься с характером и степенью общественной опасности, причинением вреда, либо угрозой причинения вреда личности, обществу или государству.

В данном случае, существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается не в наступлении каких-либо материальных последствий правонарушения, а в пренебрежительном отношении к исполнению своих публично-правовых обязанностей, к формальным требованиям публичного права, в связи с чем, антимонопольный орган считает невозможным применение к правонарушителю критерия малозначительности.

Руководствуясь статьями 8, 33, 38 Закона о рекламе, статьями 2.1, 2.2, 4.1, 4.2, 14.3, 23.48, 26.1, 29.9 КоАП РФ,

Постановил:

Наложить на индивидуального предпринимателя М., штраф в размере 4000 (четыре тысячи) рублей.

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 КоАП штраф должен быть уплачен не позднее 30 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.

Реквизиты счетов для перечисления штрафа:

администратор поступлений в бюджет – Марийское УФАС России

ИНН 1215026787 КПП 121501001 ОКАТО 88405000000

наименование получателя – УФК по Республике Марий Эл (Марийское УФАС России)

Банк получателя - ГРКЦ НБ Респ. Марий Эл Банка России г. Йошкар-Ола

БИК банка 048860001 счет получателя 40101810100000010001

код бюджетной классификации 161 1162 6000 01 0000 140.

Согласно части 5 статьи 32.2 КоАП РФ при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, по истечении тридцати дней со срока, указанного в части 1 данной статьи должностное лицо, вынесшее постановление, направляют соответствующие материалы судебному приставу-исполнителю для взыскания суммы административного штрафа в порядке, предусмотренном федеральным законодательством. Кроме того, должностное лицо федерального органа исполнительной власти, его учреждения, структурного подразделения или территориального органа, а также иного государственного органа, уполномоченного осуществлять производство по делам об административных правонарушениях, составляет протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 настоящего Кодекса, в отношении лица, не уплатившего административный штраф.

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, 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в районный суд по месту рассмотрения дела 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.

Заместитель руководителя

В.В. Зубарев