

ПОСТАНОВЛЕНИЕ
о прекращении дела об административном правонарушении
№06-09/04-11

17 февраля 2011г.

г. Томск

Старший специалист 2 разряда отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатирования Управления Федеральной антимонопольной службы по Томской области Чулкина Екатерина Владимировна, рассмотрев материалы дела №06-09/04-11 об административном правонарушении, возбужденного в отношении общества с ограниченной ответственностью «ЗапСиб-Медиа» (634050, Томская обл, Томск г, Ленина пл, 8а, ОГРН 1047000172120, ИНН 7017099872),

УСТАНОВИЛ:

В ходе осуществления полномочий по контролю за соблюдением законодательства о рекламе печатными СМИ, сотрудниками отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатирования установлено размещение в газете «Новый диалог» №40 (271) 8 октября 2010г. рекламы без пометок «реклама» или «на правах рекламы», а именно: - на странице 9 рекламы следующего содержания: «Первый информационный городской портал Блоги Недвижимость Фото Погода Объявления Кто есть кто Каталог www.vseverske.info» без пометок «реклама» или «на правах рекламы»;

- на странице 17 указанного издания рекламы следующего содержания: «Скидки Магазин Сибмебель Продажа мягкой и корпусной мебели (диваны угловые, чебурашка) табуретки — 295руб. Заказ корпусной мебели (компьютерные столы, кухни, спальни, прихожие) Адрес: пр.Коммунистический, 161, маг. «Строй-маркет» (цокольный этаж) тел. 99-33-60» без пометок «реклама» или «на правах рекламы»;

- на странице 24 указанного издания рекламы следующего содержания: «Ильинские Бани Теремок Общая баня в будни, номера с бассейнами круглосуточно, предварительная запись. Скидки в будни ул.Лесная, 1а. ост.Горуат тел. 54-54-50» без пометок «реклама» или «на правах рекламы». Согласно статье 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон 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, средство его индивидуализации, 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. Информация, размещенная на страницах 9, 17, 24 газеты «Новый диалог» №40 (271) 8 октября 2010г., адресована неопределенному кругу лиц, по своему содержанию направлена на привлечение внимания, формирование и поддержание интереса к объектам рекламирования, а именно, информационному городскому portalу www.vseverske.info, к магазину Сибмебель, услугам по продаже и изготовлению мягкой и корпусной мебели, к «Ильинским Баням», баннным услугам, то есть содержит все признаки рекламы, закрепленные в пункте 1 статьи 3 Закона № 38-ФЗ, и является рекламой.

В соответствии со статьей 16 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».

Согласно свидетельству о регистрации средств массовой информации от 28 марта 2005г. ПИ № ФС 12-0274 специализация газеты «Новый диалог» информационная, аналитическая, культура, спорт, реклама до 40 %.

Отсутствие в рассматриваемых рекламных объявлениях пометок «реклама» или «на правах рекламы» свидетельствует о нарушении статьи 16 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ч. 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Решениями Комиссии Томского УФАС России по делам №06-11/102-10, №06-11/103-10, №06-11/104-10 о нарушении законодательства о рекламе, рассматриваемая реклама признана ненадлежащей.

В силу ч.7 ст.38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных ст. 16 ФЗ «О рекламе» несет рекламораспространитель.

Рекламораспространителем, т.е. лицом, осуществившим распространение вышеназванной рекламы является ООО «ЗапСиб-Медиа» (634050, Томская обл, Томск г, Ленина пл, 8а, ОГРН 1047000172120, ИНН 7017099872), что подтверждается свидетельством о регистрации средства

массовой информации от 28 марта 2005г. ПИ № ФС 12-0274, письменными пояснения ООО «ЗапСиб-Медиа» по делам 06-11/102-10, 06-11/103-10, 06-11/104-10.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях за нарушение законодательства о рекламе рекламодатель, рекламопроизводитель или рекламораспространитель несут административную ответственность. В связи с вышеуказанным, в соответствии с ч. 1 ст. 28.7 КоАП РФ 20.02.2011г. в отношении ООО «ЗапСиб-Медиа» вынесено определение о возбуждении дела об административном правонарушении №06-09/04-11 и проведении административного расследования по ч.1 ст.14.3 КоАП РФ за нарушение законодательства о рекламе.

В письменных пояснениях от 04.02.2011г. на определение о возбуждении производства по делу №06-09/04-11 и проведении административного расследования ООО «ЗапСиб-Медиа» указало, что рассматриваемый рекламный материал был представлен в газету рекламодателями в готовом виде и содержал необходимую пометку реклама. При выставлении рекламных макетов на газетные полосы и корректировке размера макетов дизайнером издания, слои на которых значилось слово «реклама» были утеряны. В свою очередь, должностное лицо, в должностные обязанности которого входит осуществление контроля за соответствием рекламных материалов, размещаемых в газете, действующему законодательству не осуществило должного контроля.

В ходе административного расследования обществом с ограниченной ответственностью «ЗапСиб-Медиа» представлены документы: объяснительная дизайнера-фотографа газеты «Новый диалог» П., приказ № 08/ОК от 19.08.2008г. о назначении на должность дизайнера-фотографа, трудовой договор № 04 от 19.08.2008г., в том числе, должностная инструкция дизайнера-фотографа газеты «Новый диалог», согласно которой дизайнер фотограф должен знать законодательство РФ о средствах массовой информации и о рекламе, в основные функции дизайнера-фотографа входят осуществление контроля соответствия изготавливаемых оригинал-макетов рекламных объявлений и графических элементов оригинал-макетов требованиям Закона о рекламе, требованиям заказчика, ответственного сотрудника службы рекламы, внутренним требованиям, существующим в организации (в т.ч. требованиям качества), кроме того, дизайнер фотограф несет ответственность за нарушение действующего законодательства о рекламе, нормативно-правовых актов, положений, инструкций и других руководящих документов, касающихся рекламной деятельности. Также, в ходе административного расследования обществом с ограниченной ответственностью «ЗапСиб-Медиа» представлены документы: объяснительная и.о. заведующей отделом рекламы газеты «Новый диалог» Г., приказ № 14/ОК от 12.01.2009г. о назначении на должность заведующей отделом рекламы, трудовой договор № 3/1 от 12.01.2009г., должностная инструкция заведующей рекламным отделом (РО) ООО «ЗапСиб-Медиа» (газеты «Новый диалог»), согласно которой в должностные обязанности заведующей рекламным отделом входит осуществление контроля соответствия изготавливаемых оригинал-макетов рекламных объявлений и графических элементов оригинал-макетов требованиям Закона о рекламе, требованиям заказчика, ответственного сотрудника службы рекламы, внутренним требованиям, существующим в организации (в т.ч. требованиям качества).

Представленные документы свидетельствуют о существующей в Обществе системе контроля за соблюдением действующего законодательства Российской Федерации о рекламе, в связи с чем, юридическое лицо ООО «ЗапСиб-Медиа» наделило должностных лиц, в частности дизайнера-фотографа П., заведующую отделом рекламы Г. полномочиями, направленными на соблюдение требований законодательства о рекламе, а также возложило на должностных лиц обязанности, связанные с осуществлением внутреннего контроля за соблюдением рекламного законодательства, таким образом, предприняло все меры по соблюдению Закона о рекламе при издании газеты «Новый диалог».

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

Обязательным признаком состава административного правонарушения является вина. Согласно ч.ч. 1, 2 ст. 1.5. КоАП РФ лицо подлежит административной ответственности только за те административные правонарушения, в отношении которых установлена его вина.

В соответствии с ч.4 ст. 1.5. КоАП РФ неустранимые сомнения в виновности лица, привлекаемого к административной ответственности, толкуются в пользу этого лица.

Учитывая вышеизложенное, возникают неустранимые сомнения в виновности ООО «ЗапСиб-Медиа» в распространении ненадлежащей рекламы.

Отсутствие состава административного правонарушения означает, что отсутствует один из необходимых признаков, в совокупности образующих состав правонарушения: объект,

объективная сторона, субъект, субъективная сторона.

Согласно п. 2 ч. 1 ст. 24.5 КоАП РФ производство по делу об административном правонарушении не может быть начато, а начатое производство подлежит прекращению при отсутствии состава административного правонарушения.

С учетом перечисленных положений КоАП РФ, оценивая, собранные по делу доказательства, старший специалист 2 разряда отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатирования, руководствуясь статьей 24.5 и частью 6 статьи 28.7 КоАП,

ПОСТАНОВИЛ:

Прекратить производство по делу №06-09/04-11 об административном правонарушении, возбужденному в отношении общества с ограниченной ответственностью «ЗапСиб-Медиа» в связи с отсутствием состава административного правонарушения.