

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА
Управление по Кировской области

610019, г.Киров обл., ул. К.Либкнехта, 69, тел. 64-73-31

от " 11 " марта 2009 г.

г. Киров

Р Е Ш Е Н И Е

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:
Председателя Комиссии – <.....> – руководителя управления и членов Комиссии –<.....> – начальника отдела финансовых рынков и рекламы, <.....>- вед. специалиста-эксперта отдела финансовых рынков и рекламы,
В присутствии:
<.....> - директора ООО «ЕВРО-Стиль»
протокол вел <.....> – вед. специалист - эксперт отдела финансовых рынков и рекламы;
рассмотрев дело № 8 по признакам нарушения ООО «ЕВРО-Стиль» п. 2 ч. 5 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.,

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении контроля за соблюдением рекламного законодательства было установлено, что в газете «PRO Город» № 8 (261) за 21 февраля 2009 года опубликована рекламная статья «Натяжные потолки «ЕВРО-Стиль». Мода. Стиль. Качество. Надежность», в которой информация о высоком качестве работы фирмы сопровождается мнением заказчика, а в частности Председателя комитета по законодательству ОЗС Кировской области <.....>.

В соответствии с п. 2 ч. 5 ст. 5 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе», в рекламе не допускается указание на то, что объект рекламирования одобряется органами государственной власти или органами местного самоуправления либо их должностными лицами.

Учитывая то, что в действиях рекламоателя - ООО «ЕВРО-Стиль» содержались признаки нарушения рекламного законодательства в отношении Общества было возбуждено производство по делу.

На заседании Комиссии по данному делу <.....> - заявила, что «В спорной рекламе было опубликовано мнение о компании «ЕВРО-Стиль» ее заказчика <.....>, который является депутатом и Председателем комитета по законодательству ЗС Кировской области. О том, что существует запрет на использование депутатов представительных органов субъектов РФ в рекламе я, как директор, не знала. О возможном нарушении закона в редакции газеты меня не предупредили.

Кроме того, мы считали, что <.....> как депутат осуществляет свою деятельность в Законодательном собрании на непрофессиональной основе и является выборным лицом. Поэтому не может считаться должностным лицом, обладающим распорядительными функциями. А потому публикация его мнения возможна.

В случае признания Комиссией факта нарушения законодательства о рекламе прошу учесть то, что оно произошло неумышленно и по незнанию».

Изучив имеющиеся документы и заслушав доводы ответчика, Комиссия установила, что ООО «ЕВРО-Стиль» нарушены п. 2 ч. 5 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Выводы Комиссии основаны на следующем:

Согласно ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «О рекламе», **рекламой является информация, распространяемая 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. Под объектом рекламирования понимается 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. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.**

Информация, размещенная ООО «ЕВРО-Стиль» газете «PRO Город» № 8 (261) за 21 февраля 2009 года, полностью соответствует понятию ст. 3 и является рекламой.

Согласно ч. 1 ст. 5 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

Ненадлежащей признается реклама не соответствующая требованиям законодательства РФ.

В соответствии с п. 2 ч. 5 ст. 5 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе», в рекламе не допускается указание на то, что объект рекламирования одобряется органами государственной власти или органами местного самоуправления либо их должностными лицами.

В соответствии с Законом Кировской области «О законодательном собрании Кировской области» от 31.12.2002 года № 127-ЗО, Законодательное Собрание Кировской области является законодательным (представительным) органом государственной власти субъекта Российской Федерации и осуществляет представительную, законодательную и контрольные функции.

Понятие должностного лица дано в примечании к статье 2.4 КоАП РФ, где под должностным лицом понимается лицо, постоянно, временно или в соответствии со специальными полномочиями осуществляющее функции представителя власти, то есть наделенное в установленном законом порядке распорядительными полномочиями в отношении лиц, не находящихся в служебной зависимости от него. При этом представители власти обладают распорядительными полномочиями внешневластного характера.

Согласно п. 2 Постановления Пленума Верховного суда РФ от 10.02.2000 года № 6 (с изменениями от 06.02.2007 г.) «к представителям власти следует относить лиц, осуществляющих законодательную, исполнительную или судебную власть, а также работников государственных, надзорных или контролирующих органов, наделенных в установленном законом порядке распорядительными полномочиями в отношении лиц, не находящихся в служебной зависимости от них, либо правом принимать решения, обязательные для исполнения гражданами, а также организациями независимо от их ведомственной подчиненности

(например, члены Совета Федерации, депутаты Государственной Думы, **депутаты законодательных органов государственной власти субъектов Российской Федерации**, члены Правительства Российской Федерации и органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, судьи федеральных судов и мировые судьи, наделенные соответствующими полномочиями работники прокуратуры, налоговых, таможенных органов, органов МВД Российской Федерации и ФСБ Российской Федерации, состоящие на государственной службе аудиторы, государственные инспекторы и контролеры, военнослужащие при выполнении возложенных на них обязанностей по охране общественного порядка, обеспечению безопасности и иных функций, при выполнении которых военнослужащие наделяются распорядительными полномочиями).

<.....>, является депутатом Законодательного собрания Кировской области и избран председателем комитета по законодательству и местному самоуправлению (Постановление Законодательного собрания Кировской области от 20.04.2006 года № 2/13).

Использование в рекламе образа <.....> как Председателя комитета по законодательству ЗС Кировской области, является рекламным ходом, цель которого - желание вызвать большее доверие к сказанному о качестве работы ООО «ЕВРО-Стиль» за счет авторитета органа государственной власти субъекта РФ через отдельно взятого депутата. Данные действия нарушают требования п. 2 ч. 5 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии ч. 6 ст. 38 вышеуказанного закона, ответственность в этом случае несет рекламоатель, которым является ООО «ЕВРО-Стиль» (договор № 427 от 01.09.2008 года, акт № 00000224 от 28.02.2009 года, платежное поручение № 27 от 09.02.2009 года).

Все вышеизложенное позволяет сделать вывод, что нарушение рекламного законодательства произошло по вине ООО «ЕВРО-Стиль».

На момент рассмотрения дела ненадлежащая реклама не распространяется, поэтому Комиссия решила предписание об устранении нарушения законодательства о рекламе не выдавать.

Однако, в соответствии со ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламоателем, рекламораспространителем или рекламопроизводителем законодательства о рекламе 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 сорока тысяч до пятисот тысяч рублей.

Согласно ст. 2.4 Кодекса РФ об административных правонарушениях должностное лицо подлежит административной ответственности в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей. Должностным лицом и учредителем ООО «ЕВРО-Стиль» является директор <.....> которая в соответствии с Уставом руководит текущей деятельностью Общества и обязана соблюдать требования действующего законодательства, поэтому именно она должна была предотвратить нарушение законодательства о рекламе. Комиссия считает необходимым привлечь директора ООО «ЕВРО-Стиль» <.....> к административной ответственности. Руководствуясь ст. 3, ст. 5, ст. 33, ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, размещенную в газете «PRO Город» № 8 (261) за 21 февраля 2009 года под названием: «Натяжные потолки «ЕВРО-Стиль». Мода. Стиль. Качество. Надежность», так как она противоречит требованиям п. 2 ч. 5 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».
2. Признать ООО «ЕВРО-Стиль», нарушившим п. 2 ч. 5 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».
3. ООО «ЕВРО-Стиль» предписание об устранении нарушения рекламного законодательства не выдавать.
4. Передать материалы дела начальнику отдела финансовых рынков и рекламы Кировского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 КоАП РФ, в отношении директора ООО «ЕВРО-Стиль» <.....>.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в трехмесячный срок.

Решение изготовлено в окончательной форме 19.03.2009 года.

Председатель Комиссии
Члены Комиссии

<.....>

<.....>

<.....>