

# ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 43р-17

о наложении штрафа по делу

об административном правонарушении

«29» июня 2017 г.

г. Киров

Заместитель руководителя – начальник отдела контроля закупок Управления Федеральной антимонопольной службы России по Кировской области <...>, рассмотрев материалы административного дела ОГИБДД МО МВД России «Вятскополянский» в отношении физического лица <...> по нарушению части 3 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38 «О рекламе» (далее по тексту – Федеральный закон «О рекламе»), не допускающей размещение рекламы на опоре дорожного знака, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.38 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее по тексту – КоАП РФ),

## УСТАНОВИЛ:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области из МО МВД России «Вятскополянский» для рассмотрения по существу в порядке административного производства поступил протокол <...> об административном правонарушении (вх. № 3104 от 02.05.2017) в отношении физического лица <...>.

Нарушение заключается в следующем:

В протоколе об административном правонарушении 43СН № 433733 от 26.04.2017 установлено, что <...> разместил рекламу на стойке дорожного знака: 5.19.1, 5.19.2 «Пешеходный переход» следующего содержания: «26 апреля (среда) 100 % <...>. Количество товара ограничено!».

В силу п. 11 Положения о Государственной инспекции безопасности дорожного движения МВД РФ, утвержденного Указом Президента Российской Федерации от 15.06.1998 № 711, ГИБДД осуществляет государственный контроль и надзор за соблюдением нормативных актов в области обеспечения безопасности дорожного движения, которые регламентируют, в частности, установку и эксплуатацию технических средств организации дорожного движения.

Согласно п. 12 названного Положения ГИБДД предписывает или разрешает соответствующим организациям установку и снятие технических средств организации дорожного движения.

Проектирование, изготовлении, монтаж и эксплуатация информационных знаков осуществляется на основании требований ГОСТа Р 52290-2004.

Согласно ст. 3 Федерального закона «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.

По своему содержанию информация: «26 апреля (среда) 100 % качество выше, до - 69 % цена ниже <...> РАСПРОДАЖА. В связи с закрытием сети магазинов в г<...>. С 10:00 ч. до 18.00<...> Количество товара ограничено» полностью соответствует требованиям, указанным в ст. 3 Федерального закона «О рекламе», и является рекламой, так как адресована неопределенному кругу лиц, в том числе пешеходам, пассажирам и водителям транспортных средств, поскольку размещена рядом с тротуаром, вблизи от автомобильной дороги, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (мероприятие по продаже верхней одежды и обуви), формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

При этом в соответствии с ч. 1 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

Ненадлежащей признается реклама не соответствующая требованиям законодательства РФ (ст.3 Федерального закона «О рекламе»).

Согласно ч. 3 ст. 19 Федерального закона «О рекламе» не допускается распространение рекламы на знаке дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения.

Кроме того, аналогичные требования установлены пунктом 6.1 ГОСТ Р 52044-2003 – «средства наружной рекламы не должны ограничивать видимость технических средств организации дорожного движения, уменьшать габариты инженерных сооружений, а также не должны быть размещены: на одной опоре, в створе и в одном сечении с дорожными знаками и светофорами...».

В соответствии с ч. 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение ч. 3 ст. 19 Федерального закона «О рекламе» несет рекламораспространитель.

Данная реклама была установлена физическим лицом Федоровым <...>на дорожном знаке, что подтверждается протоколом об административном правонарушении 43СН № 433733 от 26.04.2017.

Таким образом, нарушение ч. 3 ст. 19 Федерального закона «О рекламе» произошло по вине рекламораспространителя <...>.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.38 КоАП РФ размещение рекламы, имеющей сходство с дорожными знаками, или размещение рекламы на знаке дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения, -влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от десяти тысяч до пятнадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до двухсот тысяч рублей.

Согласно ч. 1 ст. 4.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях срок давности привлечения к административной ответственности за нарушение рекламного законодательства составляет один год со дня совершения административного правонарушения.

Срок давности привлечения лица к административной ответственности исчисляется с даты выявления распространения вышеуказанной рекламы на стойке дорожного знака – 26.04.2017 (протокол об административном правонарушении 43СН № 433733 от 26.04.2017).

При этом в соответствии со ст. 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов РФ об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Событием административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.38 КоАП РФ является установленный факт нарушения законодательства РФ о рекламе в действиях физического лица – <...>, выразившихся в распространении 26.04.2017 рекламы: «26 апреля (среда) 100 % качество выше, до -69 % цена ниже <...> РАСПРОДАЖА. В связи с закрытием сети магазинов <...>», путем ее размещения на опоре дорожного знака: 5.19.1, 5.19.2 «Пешеходный переход».

Объектом административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.38 КоАП РФ, являются общественные отношения в области рекламы.

Объективной стороной административного правонарушения является распространение <...>рекламы: «26 апреля (среда) 100 % качество выше, до -69 % цена ниже <...> РАСПРОДАЖА. В связи <...> Количество товара ограничено », путем ее размещения на опоре дорожного знака, в нарушение требований ч.3 ст. 19 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с ч.1 ст. 2.3 КоАП РФ административной ответственности подлежит лицо, достигшее к моменту совершения административного правонарушения возраста шестнадцати лет.

Субъектом административного правонарушения является рекламораспространитель физическое лицо – <...>.

Согласно ч. 2 ст. 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.

Субъективная сторона при совершении административного правонарушения характеризуется виной субъекта в форме неосторожности, поскольку физическое лицо <...> не предвидел возможности наступления вредных последствий, хотя должен был и мог их предвидеть. Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение установленных законодательством требований, при рассмотрении дела не установлены.

Место совершения административного правонарушения – Кировская область, г. Вятские Поляны, <...>. Время совершения административного правонарушения – 26.04.2017 в 14 часов 10 минут.

Таким образом, совершенные физическим лицом – <...> действия по распространению рекламы: «26 апреля (среда) 100 % качество выше, до -69 % цена ниже <...> РАСПРОДАЖА. В связи с закрытием сети магазинов <...> Количество товара ограничено.» путем ее размещения на опоре дорожного знака 5.19.1, 5.12.2 «Пешеходный переход» в нарушение требований Федерального закона «О рекламе», содержат состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.38 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

Согласно ч. 1 ст. 29.5 КоАП РФ дело об административном правонарушении рассматривается по месту его совершения. Поскольку местом совершения административного правонарушения является Кировская область, г. Вятские Поляны, <...> рассмотрение дела об административном правонарушении производится Управлением Федеральной антимонопольной службы по Кировской области.

О дате, месте и времени рассмотрения протокола физическое лицо – <...> уведомлен надлежащим образом (конверт с определением о назначении рассмотрения дела № 43р-17 об административном правонарушении вернулся в Кировское УФАС России 26.06.2017). Дело об административном правонарушении рассмотрено в отсутствие физического лица – <...>

В рассматриваемом случае состав административного правонарушения является формальным, следовательно, правонарушение является общественно-опасным с момента его совершения, независимо от наступления каких-либо последствий.

В данном случае <...> должен был при размещении рекламы учитывать возможность нарушения запретительных мер рекламного законодательства и принять все зависящие от него меры для соблюдения этих норм в части запрета ее распространения, но всех необходимых мер он не предпринял.

С учетом конкретных обстоятельств дела, учитывая характер и степень общественной опасности совершенного правонарушения, которое выразилось в пренебрежительном отношении к исполнению публично – правовых обязанностей в сфере рекламного законодательства, основания для освобождения <...> от административной ответственности ввиду малозначительности в соответствии со ст. 2.9 КоАП РФ не имеется.

В соответствии со ст. 4.2 КоАП РФ в качестве смягчающих обстоятельств

установлено совершение административного правонарушения впервые. В соответствии со ст. 4.3 КоАП РФ в качестве отягчающих вину обстоятельств не установлено.

Оснований для прекращения производства по делу не имеется.

С учетом изложенного, исходя из характера совершенного физическим лицом <...> правонарушения и соразмерности его тяжести, наложение административного штрафа осуществляется в минимальном размере санкции, предусмотренной ч. 1 ст. 14.38 КоАП РФ.

Руководствуясь статьями 1.5, 2.1, 2.3, 4.1, 4.2, 4.3, ч. 1 ст. 14.38, 23.48, 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

### ПО С Т А Н О В И Л:

1. Признать физическое лицо – <...> виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.38 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Применить к физическому лицу – <...> меру ответственности в виде административного штрафа за ненадлежащую рекламу в размере 2 000 (две тысячи рублей).

Суммы штрафов, уплаченных за нарушения законодательства о рекламе, зачисляются в соответствующие бюджеты в следующем соотношении:

40 процентов – в федеральный бюджет;

60 процентов – в бюджет субъекта Российской Федерации.

Получатель: ИНН 4347021540

КПП 434501001 УФК по Кировской области

(Кировское УФАС России) л/с 04401233690

Банк получателя	Отделение Киров
Расчетный счет:	№ 40101810900000010001
	БИК 043304001
	КБК 161 1 16 26000 01 6000 140
Плательщик: <...>	
161 1 16 26000 01 6000 140 Штраф за нарушение	

законодательства о рекламе
ОКТМО 33701000
УИН 0319805920062900000852238
К оплате: 2 000 (две тысячи) рублей

Согласно части 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В трехдневный срок со дня уплаты штрафа физическому лицу <...>надлежит представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области копии платежных документов. В соответствии с ч. 1 ст. 20.25 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа, но не менее одной тысячи рублей, либо административный арест на срок до пятнадцати суток, либо обязательные работы на срок до пятидесяти часов.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1 КоАП РФ 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 управления

начальник отдела контроля закупок

<...>