

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о вынесении предупреждения по делу № 98 р-17/39-04-17р

об административном правонарушении

от «17» августа 2017 года

г. Киров

Заместитель руководителя – начальник отдела товарных рынков и естественных монополий Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области <...>, рассмотрев протокол № 98 р-17/39-04-17р от 10.07.2017, в отношении юридического лица Общества с ограниченной ответственностью <...> в связи с нарушением п. 1 ст. 9 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Федеральный закон «О рекламе»),

УСТАНОВИЛ:

Решением Комиссии Кировского УФАС России по делу 39/04-17 р (резольтивная часть решения оглашена 26 июня 2017 года; в полном объеме решение изготовлено 29 июня 2017 года) признана ненадлежащей реклама следующего содержания: «<...>», так как она противоречит п. 1 ст. 9 Федерального закона «О рекламе».

Нарушение заключается в следующем:

В Кировское УФАС России поступило обращение физического лица (вх. № 928 от 13.02.2017) о нарушении, по мнению заявителя, законодательства о рекламе при транслировании 10.02.17 радиопередачи «<...>», которая, по мнению Заявителя, содержит признаки нарушения Федерального закона «О рекламе».

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.

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

Информация, размещенная в рекламном блоке радиопередачи «<...>» на частоте 101.0 МГц, адресована неопределенному кругу лиц (слушателям радио), поскольку радиовещание – это технология передачи по радио неограниченному числу слушателей [речи](#), [музыки](#) и других звуковых эффектов или звуковой информации в радиоэфире, также в проводных сетях ([проводное радиовещание](#)) или в сетях с пакетной коммутацией (в компьютерных сетях — [интернет-радио](#)), что делает ее неперсонифицированной, при этом невозможно определить заранее, какие конкретно лица будут выступать в качестве получателя данной информации, не может быть определен и конкретный субъект правоотношений, возникающих по поводу

реализации (приобретения) объекта рекламирования.

Информация следующего содержания: «<...>» направлена на привлечение внимания покупателей к объекту рекламирования (стимулирующему мероприятию, проводимому в салонах «<...>»), способствует формированию интереса к рекламируемым товарам и их продвижению на рынке, и по своему содержанию является рекламой.

В соответствии с п. 1 ст. 9 Федерального закона «О рекламе» в рекламе, сообщаемой о проведении конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должны быть указаны сроки проведения такого мероприятия.

В соответствии с абзацем первым статьи 9 Федерального закона «О рекламе» стимулирующим мероприятием является стимулирующая лотерея, конкурс, игра или иное подобное мероприятие, условием участия в которых является приобретение определенного товара.

Исходя из цели проведения стимулирующего мероприятия - побуждения потребителей к совершению пробной или повторной покупки рекламируемого товара в период, ограниченный по времени, для признания рекламы стимулирующим мероприятием необходимо установить такой признак как выполнение его участником обязательного условия - приобретения определенного товара, в рассматриваемом случае - квартиры.

В [пункте 27](#) Постановления Пленум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано, что в рекламе, сообщаемой о проведении стимулирующего мероприятия, должны быть указаны: сроки проведения данного мероприятия, а также источник информации об организаторе мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей, сроках, месте и порядке их получения.

Спорная реклама «<...>», направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к мероприятию, условием участия в котором является возможность получения приза - квартиры при условии покупки цветов в сети «<...>», следовательно, реклама является стимулирующим мероприятием и на нее распространяются требования статьи 9 Федерального закона «О рекламе».

Кировским УФАС России установлено, что в спорной рекламной информации отсутствуют сроки проведения рекламируемого стимулирующего мероприятия, следовательно, она размещена с нарушением п. 1 ст. 9 Федерального закона «О рекламе».

Из документов, представленных в материалы дела, а именно: Устава редакции средства массовой информации «<...>», утвержденного «<...>», свидетельства о регистрации средства массовой информации «<...>» лицензии на осуществление следует, что рекламодателем спорной информации является ООО «<...>».

В соответствии со статьей 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение пункта 1 статьи 9 Закона несет рекламодатель.

Таким образом, действия ООО «<...>», выразившиеся в распространении спорной рекламы стимулирующего мероприятия в отсутствие информации о сроках его проведения, не соответствуют требованиям п. 1 ст. 9 Федерального закона «О рекламе».

Решением установлено, что ООО «<...>», являясь лицом, распространившим спорную рекламу, является рекламодателем по смыслу Федерального закона «О рекламе» и несет ответственность за нарушение требований, установленных п. 1 ст. 9 Федерального закона «О рекламе».

Указанный факт нарушения законодательства РФ о рекламе в полном объеме

подтверждается имеющимися материалами и решением по делу № 39/04-17р.

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 10.02.2017 (дата транслирования ненадлежащей рекламы в радиопередаче «<...>»- на Радио «<...>»).

На основании ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем 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 ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Событием административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ является установленный факт нарушения законодательства РФ о рекламе в действиях ООО «<...>», выразившийся в распространении ненадлежащей рекламы следующего содержания: «<...> которая не соответствует требованиям п. 1 ст. 9 Федерального закона «О рекламе», поскольку в рекламе отсутствовала информация о сроках проведения стимулирующего мероприятия.

Объектом административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, являются общественные отношения в области рекламы.

Объективной стороной административного правонарушения являются действия ООО «<...>» по распространению спорной рекламы, в нарушение п. 1 ст. 9 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ст. 2.10 Кодекса РФ об административных правонарушениях юридические лица подлежат административной ответственности за совершение административных правонарушений в случаях, предусмотренных статьями [раздела II](#) настоящего Кодекса или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях.

Субъектом административного правонарушения является рекламораспространитель - юридическое лицо ООО «<...>», которое распространило спорную рекламу.

В данном случае установлено, что у ООО «<...>» имелась возможность для соблюдения требований п. 1 ст. 9 Федерального закона «О рекламе», но им не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению. Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение установленных законодательством требований, при рассмотрении дела не установлены.

Таким образом, Кировское УФАС России считает, что рассматриваемое правонарушение произошло по вине ООО «<...>».

Место и время совершения административного правонарушения: территория распространения вещания Радио «<...>»: дата транслирования рекламы в радиопередаче-10.02.2017.

В ходе рассмотрения дела были исследованы все обстоятельства совершенного нарушения законодательства РФ о рекламе. Факты, изложенные в протоколе № 98р-17/39-04-17р от 10.07.2017 об административном правонарушении, подтверждаются в полном объеме материалами дела № 39/04-17р.

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 Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Таким образом, совершенные юридическим лицом ООО «<...>» действия по распространению рекламы в радиопередаче «<...>» на радио следующего содержания: «<...>», в отсутствие информации о сроках проведения стимулирующего мероприятия, что нарушает п. 1 ст. 9 Федерального закона «О рекламе», содержат состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

О дате, месте и времени рассмотрения протокола юридическое лицо – ООО «<...>» извещено надлежащим образом. На рассмотрении протокола присутствовал представитель по доверенности <...>

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

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 ООО «<...>» от административной ответственности ввиду малозначительности в соответствии со ст. 2.9 КоАП РФ отсутствуют. В данном случае несоответствие рекламы требованиям законодательства о рекламе нарушает права и законные интересы потребителей на получение надлежащей рекламы, что представляет собой существенную угрозу охраняемым правом общественным интересам.

В соответствии со ст. 4.2 КоАП РФ в качестве смягчающих обстоятельств установлено оказание лицом содействия органу, уполномоченному осуществлять производство по делу об административном правонарушении в выявлении обстоятельств, подлежащих установлению по делу об административном правонарушении, совершение административного правонарушения впервые.

В соответствии со ст. 4.3 КоАП РФ отягчающих вину обстоятельств не установлено.

В соответствии с частью 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ 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, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных [частью 2 статьи 3.4](#) настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных [частью 2](#) настоящей статьи.

Согласно части 1, 2 статьи 3.4 КоАП РФ 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.

Поскольку согласно информации на сайте <https://rmsp.nalog.ru/> ООО «<...>» включено в Реестр субъектов малого и среднего предпринимательства и правонарушение, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст.14.3 КоАП РФ, совершено Обществом впервые, с учетом отсутствия оснований, установленных частью 2 статьи 4.1.1 КоАП РФ, считаю возможным применить к Обществу меру ответственности в виде предупреждения.

Руководствуясь статьями 3, ст.5, ст. 9 Федерального закона «О рекламе», статьями 2.1, 2.4, 3.4, 4.1.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать юридическое лицо – Общество с ограниченной ответственностью «<...>» виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Применить к юридическому лицу - Обществу с ограниченной ответственностью <...> меру ответственности в виде предупреждения.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях 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 Кодекса РФ 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.

Заместитель руководителя – начальник отдела

товарных рынков и естественных монополий

<...>