

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении штрафа по делу об
административном правонарушении № 03-22/51

23 июля 2010 года

г. Йошкар-Ола

И.о.руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл Зубарев Валерий Вячеславович, рассмотрев протокол от 23 июля 2010 года и материалы дела об административном правонарушении № 03-22/51, возбужденного в отношении индивидуального предпринимателя Луговниной, по факту нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,
в присутствии ИП Луговниной,

УСТАНОВИЛ:

В Марийское УФАС России поступило ходатайство ИП Луговниной о рассмотрении дела об административном правонарушении № 03-22/51 23 июля 2010 года. Принято решение ходатайство ИП Луговниной удовлетворить.

По инициативе Марийского УФАС России было возбуждено дело об административном правонарушении № 03-22/51 в отношении ИП Луговниной по факту нарушения статьи 9 и части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (далее – Закон о рекламе) при размещении рекламы «МИРОКОН» в газете «Курьер city» № 4 от 26.02.2010 года (далее – Газета).

Протокол об административном правонарушении от 23 июля 2010 года составлен специалистом - экспертом отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Марийского УФАС России Жариковой Е.Б., в соответствии со статьями 28.2, 28.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ).

Протокол был составлен в присутствии ИП Луговниной. Копия протокола вручена ИП Луговниной, о чем имеется соответствующая отметка в протоколе.

Протоколом установлено следующее.

В соответствии с обращением ИП Максимовой (редакция газеты «Волжские страницы») о фактах распространения рекламы с нарушениями законодательства Российской Федерации о рекламе, специалистами Марийского УФАС России был проведен мониторинг рекламы, размещенной в газете «Курьер city» № 4 от 26.02.2010 года (далее – Газета). В ходе мониторинга рекламы на первой полосе Газеты была выявлена реклама следующего содержания: «Офисы продаж г. Волжск ул. Ленина, д. 22а. тел. XXX Пенсионерам дополнительная скидка! И снова розыгрыш призов! Лицензированный монтаж по ГОСТу с гарантией 7 лет лиц. № 2008-07-03-002 МИРОКОН Пластиковые ОКНА Лови момент! С 1 по 28 февраля 30% скидка Рассрочка 6 и 10 месяцев Вывоз мусора БЕСПЛАТНО ВАШИ ОКНА ЖДУТ ВАС» (далее – Информация).

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе, реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно пункту 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.

Таким образом, Информация, является рекламой, объектами рекламирования в которой являются товары (пластиковые окна), реализуемые «МИРОКОН» и стимулирующее мероприятие, обозначенные как «И снова розыгрыш призов!».

Согласно статье 9 Закона о рекламе в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должны быть указаны:

- 1) сроки проведения такого мероприятия;
- 2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

В указанной рекламе не указаны: сроки проведения стимулирующего мероприятия, источник

информации об организаторе такого мероприятия, информация о правилах его проведения, количестве призов, сроках, месте и порядке их получения.

Согласно части 7 статьи 5 Закона о рекламе не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В рекламе отсутствует часть существенной информации о сроках проведения стимулирующего мероприятия, источнике информации об организаторе такого мероприятия о правилах его проведения, количестве призов, сроках, месте и порядке их получения, что приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей рекламы, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым предложением.

Таким образом, рассматриваемая реклама не отвечает требованиям статьи 9 и части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии со статьей 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение:

- статьи 9 Закона о рекламе несёт рекламодатель, рекламодатель и рекламопроизводитель в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине;

- части 7 статьи 5 Закона о рекламе несёт рекламодатель 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; рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

ИП Луговнина является учредителем газеты «Курьер city» (свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ 12-0050 от 12 февраля 2010 г.).

Антимонопольным органом установлено, что ИП Луговнина разместила, рассматриваемую рекламу по своей инициативе, с целью закрытия пустых мест в газете «Курьер city». Макет рекламы был взят из газеты «Волжские страницы».

Таким образом, ИП Луговнина является рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламодателем рассматриваемой рекламы.

Место совершения административного правонарушения: Республика Марий Эл, г. Волжск.

Время совершения: 26 февраля 2010 года.

Ответственность в виде штрафных санкций за данное нарушение предусматривается статьей 14.3 КоАП РФ.

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 Луговнина, разместившая в Газете рекламу, не соответствующую требованиям действующего законодательства о рекламе.

ИП Луговнина как субъект правоотношений, 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 Луговниной своих обязанностей, в том числе по соблюдению действующего законодательства о рекламе, не установлено.

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 Луговниной по размещению ненадлежащей рекламы содержится вина в форме неосторожности.

В соответствии со статьей 14.3. Кодекса РФ об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей.

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 частью 7 статьи 5, статьями 9, 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 Луговнину штраф в размере 4000 (четыре тысячи) рублей.

И.о.руководителя

В.В. Зубарев