

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания по делу №06-09/103-11  
31.03.2011г.

г. Томск

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Томской области Шевченко Владимир Иванович, рассмотрев протокол (от 25.03.2011г.) и материалы дела №06-09/103-11 об административном правонарушении, возбужденного в отношении П. (место регистрации: <...>, паспорт <...> <...> выдан <...>), без участия П., надлежащим образом уведомленного и ходатайствующего о рассмотрении административного дела в его отсутствие,

### 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](http://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](http://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.

П. приказом № 08/ОК от 19.08.2008г. назначен на должность дизайнера-фотографа. Согласно должностной инструкции дизайнера-фотографа газеты «Новый диалог», 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.

Установлено, что П., являясь работником ООО «ЗапСиб-Медиа» допустил нарушения Федерального закона «О рекламе» в рассматриваемой рекламе и несет административную ответственность.

В связи с вышеуказанным 25.03.2011г. в отношении П. составлен протокол об административном правонарушении, возбуждено административное дело №06-09/103-11 по ч.1 ст.14.3 КоАП РФ за нарушение законодательства о рекламе.

Руководитель Томского УФАС России, рассмотрев материалы дела и оценив собранные по делу доказательства, считает их достаточными и находит вину работника ООО «ЗапСиб-Медиа» П. доказанной, а его действия верно квалифицированными по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, за нарушения требований статьи 16 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», при этом исходит из следующего.

В соответствии со статьей 1.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях лицо подлежит административной ответственности только за те административные правонарушения, в отношении которых установлена его вина.

Согласно статьи 2.1. Кодекса РФ об административных правонарушениях 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.

В соответствии с 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.

П., являясь работником ООО «ЗапСиб-Медиа» и осуществляя деятельность дизайнера-фотографа, имел возможность при подготовке рекламных макетов и при размещении их в газете, указать требуемые законом сведения, что исключило бы нарушение ст.16 Федерального закона «О рекламе», однако не предпринял для этого необходимых мер, в полной мере не исполнил возложенные на него обязанности и не осуществил должного контроля.

П. выражена в форме неосторожности и подтверждается, в том числе, материалами дел 06-11/102-10, 06-11/103-10, 06-11/104-10 о нарушении законодательства о рекламе, протоколом об административном правонарушении от 25.03.2011г.

Решая вопрос о виде и размере административного наказания, руководитель Томского УФАС России учитывает характер совершенного правонарушения, форму вины нарушителя, отягчающие и смягчающие обстоятельства.

Совершенное работником ООО «ЗапСиб-Медиа» дизайнером-фотографом П. правонарушение представляет существенную угрозу охраняемым общественным отношениям и не является малозначительным, так как имело место распространение ненадлежащей рекламы различных товаров и услуг, без предусмотренной законодательством пометки «реклама» или пометки «на правах рекламы». В данном случае несоответствие рекламы требованиям ФЗ «О рекламе» нарушает права и законные интересы потребителей на получение достаточных сведений о существе распространяемой информации. В свою очередь, получение потребителем из текста рекламы правдивой и достаточной информации о товарах, услугах ограждает потребителя от причинения вреда.

В соответствии со ст. 4.2 Кодекса РФ об административных правонарушениях, в которой приведен открытый перечень обстоятельств, смягчающих административную ответственность, руководитель

Томского УФАС России полагает возможным признать в качестве смягчающего обстоятельства, совершение административного правонарушения впервые.

В соответствии со ст.4.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях отягчающих по делу обстоятельств не установлено.

В связи с изложенным, представляется возможным назначить административное наказание ниже максимальной санкции, предусмотренной ч.1 ст.14.3 КоАП РФ.

Руководствуясь ст.ст.23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

#### **ПОСТАНОВИЛ:**

П. признать виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях и назначить наказание в виде административного штрафа в размере 2 000 (двух тысяч) рублей.