

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении штрафа по делу № 534-12295-16/8

об административном правонарушении

«18» октября 2016г. г. Самара

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Самарской области (далее – Самарское УФАС России) Шабанова М.А., рассмотрев протокол и материалы дела № 534-12295-16/8 об административном правонарушении, возбужденного в отношении С. Е. Н.,

УСТАНОВИЛ:

В адрес Самарского УФАС России поступило обращение гр. И. Н., перенаправленное Администрацией г.о. Новокуйбышевск, в котором сообщается, что на территории г.о. Новокуйбышевск на рекламном щите в районе д. 7 по ул. Молодогвардейская размещена реклама следующего содержания: «Строительная компания. John Welder. т.892... Сварочно-монтажные работы», где в слове «строительная» зачеркнут слог «стро» и над ним написан «оху», которая содержит признаки нарушения рекламного законодательства, а именно, использование в рекламе бранных слов, что является нарушением части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе» в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

Таким образом, указанная реклама содержит признаки нарушения части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 6 статьи 5 настоящего закона.

Комиссией Самарского УФАС России установлено, что гр. С.Е.Н. является рекламодателем и рекламораспространителем указанной рекламы, то есть продавцом товара, определившим объект рекламирования и содержание рекламы, а также лицом, осуществившим распространение рекламы любым

способом, в любой форме и с использованием любых средств, что подтверждается следующими обстоятельствами:

1. Фактом распространения рекламы на территории г.о. Новокуйбышевск, а именно по адресу ул. Молодогвардейская, вдоль дома на рекламном щите, следующего содержания: «Строительная компания. John Welder. т.892... Сварочно-монтажные работы».
2. Фотографиями рекламного щита, расположенного вдоль дома по ул. Молодогвардейская, представленными Администрацией г.о. Новокуйбышевск.
3. В рекламе указана контактная информация, а именно, номер телефона «892...», который принадлежит гр.С. Е.Н.

Самарским УФАС России был осуществлен запрос информации в адрес ПАО «Мегафон», являющегося оператором связи, с целью получения информации о лице, с которым заключен договор на номер «892.», указанный в рекламе, согласно представленному ответу установлено, что договор по абонентскому номеру 89276067... заключен между ПАО «Мегафон» и гр. С. Е.Н.

Таким образом, потенциальные потребители рекламы, желающие воспользоваться рекламируемыми услугами по сварочно-монтажным работам, воспользовавшись контактной информацией, указанной в рекламе, а именно, позвонив по телефону «892...» попадают к лицу, осуществляющее указанные в рекламе услуги, а именно гр. С. Е.Н.

В соответствии со ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" (далее - Закон о рекламе) под рекламой понимается 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.

Как следует из ч. 1 ст. 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Реклама является средством продвижения товаров, работ и услуг, а также самого изготовителя или продавца рекламируемого товара на определенном рынке. Вместе с тем способ, форма и средства распространения соответствующей информации имеет существенное значение.

Недостоверной считается не только заведомо ложная, активно провозглашаемая, но и умалчиваемая, имеющая существенное значение информация, а также та информация, которая вводит потребителей в заблуждение, создает иллюзорное мнение относительно рекламируемого товара, работ либо услуг.

Ненадлежащей рекламой согласно подпункту 4 статьи 3 Закона о рекламе является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В силу ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений,

в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

Согласно разъяснениям ФАС России №АД/17355 от 29.04.2013, часть 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» запрещает использовать в рекламе следующие виды информации: 1) бранные слова; 2) непристойные образы, сравнения, выражения; 3) оскорбительные образы, сравнения, выражения.

К бранным словам относятся нецензурные слова, а также к таким словам могут быть отнесены слова и выражения, которые используются в качестве ругательства или оскорбления.

К непристойным образам, сравнениям, выражениям могут быть отнесены такие слова и изображения, которые нарушают общепринятые модели и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности.

К оскорбительным образам, сравнениям, выражениям - слова и изображения, которые, в том числе, ущемляют человеческое достоинство, понижают значимость отдельных лиц, исторических событий, памятных дат.

В соответствии с толковым словарем «Русский мат» изд. Москва, «Колокол-Пресс» 2000г. слово «охуительный/ая» является нецензурным словом, относящимся к ненормативной лексики.

Ненормативная лексика включает в себя не только нецензурную брань (то, что обычно называют матом), но и неприличные и грубо-просторечные слова и содержащие их выражения.

Комиссия Самарского УФАС России изучив содержание рекламы в совокупности с имеющимися выражениями и изображениями, приходит к следующим выводам:

Использование словосочетания «строительная компания», где в слове «строительная» зачеркнут слог «стро» и над ним написан «оху», что образует новое слово «охуительная», являющееся нецензурным словом относящимся к ненормативной лексике.

Согласно толкового словаря русского мата слово «охуительный» используется для указания на превосходную степень того или иного объекта и т.д.

Однако, данное слово является обценизмом, то есть непристойным выражением, бранным словом.

Использование ненормативной лексики в рекламе недопустимо в соответствии с требованиями [Федерального закона](#) от 1 июня 2005 г. № 53-ФЗ "[О государственном языке Российской Федерации](#)".

Таким образом, по мнению Комиссии Самарского УФАС России, данная реклама является неприемлемой.

Распространение подобного рода рекламы отрицательно влияет на сознание людей, на процесс социализации подрастающего поколения, в становлении и укреплении позитивных социальных и нравственных качеств человека.

Таким образом, указанная реклама содержит нарушение части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе» в части использования непристойных образов и сравнений в отношении пола

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение вышеуказанного требования несет рекламодатель.

В материалах дела отсутствуют доказательства того, что указанная выше реклама в настоящее время не распространяется на рекламной конструкции, по адресу: г.о. Новокуйбышевск, ул. Молодогвардейская вдоль дома, в этой связи Самарское УФАС России считает необходимым выдать гр. С. Е.Н. предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

Местом и временем совершения административного правонарушения считать: г. Новокуйбышевск, рекламный щит по адресу ул. Молодогвардейская, 30 апреля 2016г.

За данное административное правонарушение частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях предусмотрена административная ответственность.

Протокол составлен в отсутствие представителя гр. С.Е.Н., уведомлялся надлежащим образом, что подтверждается отчетом отслеживания почтового отправления с сайта почты России с отметкой «неудачная попытка вручения». Ходатайств не заявлялось.

Документальное подтверждение устранения ненадлежащей рекламы, рекламодателем которой является гр. С. Е.Н. в адрес Самарского УФАС России не поступало.

Лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства РФ о рекламе — гр. С.Е.Н., уведомлялся заказным письмом о времени и месте составления протокола, по адресу места регистрации лица — г. Новокуйбышевск согласно справке представленной отделом адресно-справочной работы УФМС РФ по Самарской области.

Надлежащее уведомление лица подтверждается отчетом почтового отправления письма с сайта Почта России. Однако лицо на составление протокола не явилось, о причинах не явки не сообщило, документы, запрашиваемые Определением о возбуждении дела №534-12295-16/8, не представило.

О времени и места рассмотрения дела №534-12295-16/8 об административном правонарушении гр. С.Е.Н. уведомлялся надлежащим образом, что реестрами отправки внутренней почтовой корреспонденции, а также отчетами об отслеживании отправлений с почтовыми идентификаторами №44312302275555, №44312302447570 с отметками «неудачная попытка вручения».

Самарское УФАС России считает, что антимонопольным органом были приняты все меры по надлежащему уведомлению лица — отправка корреспонденции по

адресу места регистрации/жительства лица — гр. С. Е.Н.

Дело рассмотрено в отсутствие представителя гр. С. Е.Н.

1. В данном случае при решении вопроса о применении ст. 2.9 КоАП РФ Управление исходило из того, что Закон устанавливает необходимость обеспечения достоверности размещаемой рекламы, соответствие её требованиям законодательства, обеспечивая интересы потребителей рекламной продукции, а Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях установлена ответственность за нарушение требований Закона
2. На основании пункта 2 статьи 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания физическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, личность виновного, его имущественное положение, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

В соответствии с частью 2 статьи 2.1 КоАП РФ данное правонарушение было совершено виновно, так как гр. Седнев Е.Н. имел возможность для соблюдения требований законодательства РФ о рекламе, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры.

С. Е.Н. не представил пояснений, доказательств, свидетельствующих, что правонарушение вызвано чрезвычайными обстоятельствами и другими непредвиденными, непреодолимыми препятствиями, находящимися вне его контроля. С. Е.Н. имел возможность для обеспечения исполнения обязанностей, предусмотренных законодательством о получении информации, за нарушение которых предусмотрена административная ответственность.

Принимая во внимание, правовую позицию, изложенную в пункте 18 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 "О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях", Управление Федеральной антимонопольной службы пришло к выводу об отсутствии оснований для признания совершенного заявителем правонарушения малозначительным в соответствии со статьей 2.9 КоАП РФ.

В ходе рассмотрения дела № 534-12295-16/8 об административном правонарушении обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении предусмотренных ст.24.5 КоАП РФ, не выявлено.

Доказательств малозначительности совершенного правонарушения при рассмотрении дела не установлено.

Назначение административного наказания в виде административного штрафа в размере 2500 рублей является санкцией, установленной частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ за допущенное нарушение для физического лица, определено с учетом всех обстоятельств дела.

Руководствуясь статьями 4.1- 4.3, ч. 1 ст. 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской

Федерации об административных правонарушениях, а так же учитывая все обстоятельства данного дела и характер нарушения,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать гр. С. Е. Н. виновной в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Применить к гр. С. Е. Н. меру ответственности в виде административного штрафа за ненадлежащую рекламу в размере 2500 (двух тысяч пятисот) 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 соответствии с пунктом 1 статьи 31.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

Сумма штрафа, вынесенного за нарушение законодательства РФ о рекламе, зачисляется в полном объеме на следующий счет:

ИНН 6315802344

КПП 631601001

КБК 16111626000016000140

Получатель: УФК по Самарской области (Управление Федеральной антимонопольной службы по Самарской области)

Счет: 40101810200000010001 в ГРКЦ ГУ Банка России по Самарской области

БИК 043601001

ОКТМО 36701000

Назначение платежа: административный штраф в соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ за нарушение ФЗ «О рекламе» согласно постановлению Самарского УФАС России от 18.10.2016г. по делу № 534-12295-16/8.

В соответствии с частью 5 статьи 32.2 КоАП РФ при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа по истечении 60 дней

со срока, указанного в части 1 статьи 32.2 КоАП РФ, соответствующие материалы направляются судебному приставу-исполнителю для взыскания суммы административного штрафа в порядке, предусмотренном действующим законодательством. Кроме того, орган, вынесший постановление, принимает решение о привлечении лица, не уплатившего административный штраф, к административной ответственности в соответствии с частью 1 статьи 20.25 КоАП РФ.

В соответствии с пунктом 3 части 1 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в районный суд по месту рассмотрения дела в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Заместитель руководителя Управления М.А. Шабанова