

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении штрафа по делу об  
административном правонарушении № 03-22/45

20 июля 2010 года

г. Йошкар-Ола

И.о. руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл Зубарев Валерий Вячеславович, рассмотрев протокол от 15 июля 2010 года и материалы дела об административном правонарушении № 03-22/45, возбужденного в отношении индивидуального предпринимателя Ворожцовой, по факту нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,  
в присутствии ИП Ворожцовой,

### УСТАНОВИЛ:

По инициативе Марийского УФАС России было возбуждено дело об административном правонарушении № 03-22/45 в отношении ИП Ворожцовой, по факту нарушения статьи 9 Федерального закона от 13 марта 2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) при размещении в газете «PRO Город Йошкар-Ола» № 8 от 24 октября 2009 года рекламы ИП Рыжова.

Протокол об административном правонарушении от 15 июля 2010 года составлен специалистом-экспертом отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Марийского УФАС России Жариковой Еленой Борисовной, в соответствии со статьями 28.2, 28.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ).

Протоколом установлено следующее.

В соответствии с обращением гражданки Мосуновой о фактах распространения рекламы с нарушениями законодательства Российской Федерации о рекламе, специалистами Марийского УФАС России был проведен мониторинг рекламы в перечисленных заявителем средствах массовой информации. В ходе проведения мониторинга рекламы 13.11.2009 года на десятой полосе еженедельной рекламной газеты «PRO Город Йошкар-Ола» № 8 от 24 октября 2009 года (далее - Газета) была обнаружена реклама следующего содержания: «FS кухни Fr и Стайл СКИДКИ СПЕЦПРЕДЛОЖЕНИЕ КУХНИ на заказ до 20 тыс. руб. при заказе кухни ПОДАРОК ХХХХ» (далее – информация ИП Рыжова).

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе, реклама – информация, распространённая 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 ИП Рыжова, является рекламой, объектами рекламирования в которой являются товары (корпусная мебель - кухни), реализуемые через салон «FS кухни Fr и Стайл» и стимулирующее мероприятие, обозначенное как «при заказе кухни ПОДАРОК».

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.

Антимонопольным органом установлено, что стимулирующее мероприятие, обозначенное в рекламе как «при заказе кухни ПОДАРОК», заключается в том, что в течение ноября 2009 года, при заказе кухонного гарнитура в салоне ИП Рыжова (минимальный набор тумб и шкафов не должен быть менее 2-х тумб и 2-х навесных шкафов), покупатель получает подарок – двухуровневую сушилку.

Таким образом, в рекламе ИП Рыжова 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, что является нарушением статьи 9 Закона о рекламе.

В соответствии со статьей 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение статьи 9 Закона о рекламе несет рекламопроизводитель в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине;

Согласно статье 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Изготовление и размещение рассматриваемой рекламы осуществлялось на основании договора от 29 июля 2009 года № 154, заключенного между ИП Ворожцовой и ИП Рыжовым.

Согласно выписке из ЕГРИП от 04.05.2008 года № 3003 основным видом экономической деятельности ИП Ворожцовой является рекламная деятельность.

Антимонопольным органом установлено, что ИП Рыжов сделал устную заявку на размещение рекламы профессионалу в области рекламной деятельности - менеджеру ИП Ворожцовой. Макет рекламы был изготовлен менеджером ИП Ворожцовой. При согласовании макета рекламного объявления, ИП Рыжов не получал предупреждения о возможном нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с договором купли-продажи печатных площадей (полос) № 1 от 01.09.2009 года (далее – Договор) ООО «Мари Пресс» (учредитель газеты «PRO Город Йошкар-Ола») передало в собственность ИП Ворожцовой часть печатной площади в газете «PRO Город Йошкар-Ола». Согласно пункту 3.2 Договора ответственность за содержание и оформление материала, размещенного на проданных площадях, несет Покупатель, т.е. ИП Ворожцова.

Таким образом, ИП Ворожцова является рекламопроизводителем, по вине которого произошло нарушение статьи 9 Закона о рекламе.

Место совершения административного правонарушения: г. Йошкар-Ола.

Время совершения: 24 октября 2009 года.

Согласно пункту 1 статьи 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое КоАП РФ или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

В соответствии с примечанием к статье 2.4 КоАП РФ лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, несут административную ответственность как должностные лица.

ИП Ворожцова В.А., как субъект правоотношений регулируемых законодательством РФ о рекламе, знала о возложенной на нее обязанности по соблюдению действующего законодательства, имела возможность выполнить возложенные на нее обязанности, однако данную обязанность не исполнила.

Антимонопольным органом установлено, что административное правонарушение совершено ИП Ворожцовой в следствие непринятия мер по обеспечению качественного (в соответствие с требованиями действующего законодательства) изготовления рекламы ИП Рыжова. 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 Ворожцовой по изготовлению/размещению ненадлежащей рекламы содержится вина в форме неосторожности.

В ходе рассмотрения дела, объективных обстоятельств, препятствующих выполнению ИП Ворожцовой своих обязанностей, не установлено.

В соответствии со статьей 14.3. КоАП РФ нарушение рекламопроизводителем законодательства РФ 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 № 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 статьями 9, 33, 38 Закона о рекламе, статьями 2.1, 2.2, 2.4, 4.1, 4.2, 14.3, 23.48, 26.1, 29.9 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

Наложить на индивидуального предпринимателя Ворожцову штраф в размере 4000 (четыре тысячи) рублей.

И.о.руководителя управления

В.В.Зубарев