

НОВЫЕ ШТРАФЫ ЗА НАРУШЕНИЕ СРОКОВ ХРАНЕНИЯ «РЕКЛАМНЫХ» ДОКУМЕНТОВ

Наталья Храмцовская

ведущий эксперт по управлению документацией компании «ЭОС», член Гильдии Управляющих Документацией и ARMA International

Приглашаем вас на семинар Натальи Храмцовской. Подробности — на стр. 43 журнала



Продолжается ужесточение требований к документированию деятельности организаций всех форм собственности и к организации хранения документов. На этот раз изменения связаны с рекламной деятельностью.

Когда в 2006 году был принят закон «О рекламе», мало кто обратил внимание на статью 12, устанавливавшую сроки хранения рекламных материалов и договоров на ее производство.

Фрагмент документа

*Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
Статья 12. Сроки хранения рекламных материалов*

Рекламные материалы или их копии, в том числе все вносимые в них изменения, а также договоры на производство, размещение и распространение рекламы должны храниться в течение года со дня последнего распространения рекламы или со дня окончания сроков действия таких договоров, кроме документов, в отношении которых законодательством Российской Федерации установлено иное.

Таким образом, был введен весьма оригинальный условный срок хранения — «со дня последнего распространения рекламы». Мало того, что состав документов не был достаточно четко определен, было еще добавлено требование о том, что если документам законодательством РФ установлен другой срок хранения, то эта статья закона на них не распространяется! Вероятно, разработчики закона были уверены, что любые другие сроки хранения будут более длительными, поэтому и позволили себе небрежность в формулировке. Они ошибались.

Однако ответственность за нарушение сроков хранения, установленных в законе «О рекламе», в Кодексе Российской Федерации

об административных правонарушениях не была установлена, и вот теперь это упущение исправлено. Федеральным законом от 28.12.2009 № 380-ФЗ глава 19 КоАП РФ дополнена статьей 19.31 «Нарушение сроков хранения рекламных материалов»¹.

Фрагмент
документа

*Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях.
Статья 19.31. «Нарушение сроков хранения рекламных материалов»*

Нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем сроков хранения рекламных материалов или их копий, а также договоров на производство, размещение или распространение рекламы, установленных законодательством о рекламе, —

влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от 1 000 до 2 000 рублей; на должностных лиц — от 2 000 до 10 000 рублей; на юридических лиц — от 20 000 до 200 000 рублей.

До этого в отсутствие самостоятельной статьи за нарушение сроков хранения рекламных материалов Федеральная антимонопольная служба штрафовала по статье 14.3 КоАП РФ «Нарушение законодательства о рекламе», по которой административный штраф накладывался на граждан в размере от 2 000 до 2 500 рублей; на должностных лиц — от 4 000 до 20 000 рублей; на юридических лиц — от 40 000 до 500 000 рублей.

СВО И
П

В ноябре 2007 года УФАС по Волгоградской области в рамках контроля за соблюдением законодательства о рекламе направило запрос о предоставлении рекламных каталогов о товарах и акциях в магазинах «Пятерочка» за январь, февраль, март, апрель, май, июнь, июль, август, сентябрь, октябрь 2007 года в ООО «Тамерлан», которое являлось рекламораспространителем.

Судебно-
арбитражная
практика

Компания представила рекламные каталоги только за сентябрь и октябрь 2007 года. Директор ООО «Тамерлан» в сопроводительном письме от 6 ноября 2007 года № 116-ю пояснил, что остальные каталоги Общество предоставить не может ввиду их отсутствия. Административный орган издал постановление от 15.04.2008 г. № 04-3-8А/2008 г. о привлечении Общества к административной ответственности, предусмотренной ст. 14.3 КоАП РФ, и назначении наказания в виде административного штрафа в размере 100 000 руб.

(Решение арбитражного суда Волгоградской области от 14.05.2008 г., дело № А12-7411/08-С6)².

¹ В соответствии со статьей 3 закона данный документ вступает в силу по истечении 90 дней после дня официального опубликования (опубликован в «Российской газете» 30.12.2009), таким образом, новые требования вступают в силу 31 марта 2010 года.

² Правда, решение антимонопольного органа было судом отменено из-за несоблюдения установленного законом порядка применения взыскания.

Стоит также обратить внимание на то, что в новой статье КоАП РФ четко перечислено, кто может быть привлечен за несохранение рекламных материалов:

- рекламодатель,
- рекламопроизводитель и
- рекламораспространитель.

Как показывает судебная практика, сохраненные рекламные материалы часто помогают установить, кто именно из перечисленных сторон нарушал положения законодательства о рекламе и, соответственно, должен быть привлечен к административной ответственности.

Судебно-
арбитражная
практика

В сентябре 2007 года в порядке осуществления контроля за законодательством Российской Федерации о рекламе был выявлен факт размещения ненадлежащей рекламы, которая размещалась на рекламных щитах на остановках общественного транспорта г. Кургана по заказу ООО «Торговая фирма «Ежевика» индивидуальным предпринимателем Б.

Защищаясь, фирма пыталась оспорить принадлежность ей рекламной листовки, изъятой на остановке общественного транспорта. В свою защиту

1С:ДОКУМЕНТООБОРОТ 8

НОВОЕ ПОКОЛЕНИЕ СИСТЕМ
ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА 

- учет входящей и исходящей документации
- маршруты прохождения документов
- учет организационно-распорядительной корреспонденции
- коллективная работа с файлами
- учет бумажного делопроизводства
- контроль исполнительской дисциплины
- согласование договоров
- полнотекстовый поиск



Комплексная автоматизация делопроизводства и документооборота на предприятии

Обследование и оптимизация процессов компании

1С-КПД

+7 (495) 640-00-93

www.1c-kpd.ru

1С-КПД – ВЫСОКИЙ КОЭФФИЦИЕНТ ПОЛЕЗНОГО ДЕЙСТВИЯ

фирма представила образец листовки, утвержденный ею 19.09.2007 и согласованный в печать, где нарушения отсутствовали. Фактически фирма пыталась переложить ответственность за выявленные нарушения на индивидуального предпринимателя, разместившего «не ту листовку».

По запросу управления Федеральной антимонопольной службы по Курганской области от 05.10.2007 № 0406/27639 индивидуальным предпринимателем Б. был также представлен архивный образец рекламной листовки, который полностью соответствовал по содержанию образцу листовки, изъятой с рекламных щитов.

Фирма была привлечена к административной ответственности по ст. 14.3 КоАП РФ в виде штрафа в размере 50 000 руб. Таким образом, аккуратность в ведении делопроизводства и исполнение требования законодательства о сохранении рекламных материалов помогли индивидуальному предпринимателю защитить свои интересы в суде.

Кроме того, в самостоятельное нарушение выделено «**непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе**», за которое установлены аналогичные штрафы. Эти положения внесены в статью 19.8.

*Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях
Статья 19.8. Непредставление ходатайств, уведомлений (заявлений), сведений (информации) в федеральный антимонопольный орган, его территориальные органы, органы регулирования естественных монополий или органы, уполномоченные в области экспортного контроля*

**Фрагмент
документа**

6. Непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации) — влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от 2 000 до 10 000 рублей; на юридических лиц — от 20 000 до 200 000 рублей.

Пока этой статьи не было, за данное нарушение привлекали по статье 19.7 «Непредставление сведений (информации)», по которой административный штраф накладывался на граждан в размере от 100 до 300 рублей, на должностных лиц в размере от 300 до 500 рублей, а на юридических лиц — от 3 000 до 5 000 рублей.

Право наложения штрафов за нарушение сроков хранения документов предоставлено Федеральной антимонопольной службе, поскольку именно она осуществляет государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе. Таким образом, в «полку» государственных органов, которые контролируют соблюдение сроков хранения документов, прибыло.