

# ПОСТАНОВЛЕНИЕ

## по делу об административном правонарушении

№ 36-АР-2016

12 октября 2016 г.

г. Чебоксары

«...», рассмотрев протокол об административном правонарушении от 04.10.2016 № 36-АР-2016, составленный начальником отдела товарных рынков Чувашского УФАС России «...» и другие материалы дела об административном правонарушении, возбужденного в отношении ИП Шитиковой Татьяны Ивановны («...»),

в отсутствие лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, надлежаще извещенного о месте и времени рассмотрения дела об административном правонарушении

### УСТАНОВИЛ:

В Чувашское УФАС России поступило заявление ООО «Союз юристов» (далее – Заявитель) (исх. от 04.07.2016 № 31), зарегистрированное от 04.07.2016 № 04-05/4194 с просьбой проверки соблюдения требований норм Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) в части информации, размещенной на рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Чебоксары, Марпосадское Шоссе, д. 19, следующего содержания: «Керамическая плитка, у нас дешевле, чем у них! Грань Керамика 600 204».

Факт размещения вышеуказанной рекламной информации Заявитель подтвердил прилагаемой к заявлению фотографией рекламной конструкции с содержанием рассматриваемого текста.

Согласно жалобе Заявителя размещение данного объявления является нарушением пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, поскольку «содержит не подтверждающие сведения о ценовых преимуществах рекламируемого товара перед товарами находящимися в обороте».

Комиссия Чувашского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия), изучив содержание рассматриваемой информации, установила следующее.

По правилам, определенным пунктом 1 статьи 3 Закона 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. Рассматриваемая информация: публично распространена;

предназначена для неопределенного круга лиц; имеет контактную информацию; преследует цель обратить внимание на реализацию керамической плитки, которую можно приобрести в «Грань Керамике» по цене дешевле, "чем у них"; направлена на формирование у потребителей желания приобрести керамическую плитку в «Грань Керамике», продвигая данный товар на рынке реализации аналогичных товаров. Таким образом, можно сделать вывод, что рассматриваемая информация соответствует всем квалифицирующим признакам рекламы, определенным пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе.

При оценке данной рекламы на соответствие требованиям Закона о рекламе установлено следующее.

#### [Частью 7 статьи 5](#)

Закона о рекламе определено, что не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации, и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

При этом в рекламе существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

Текст рассматриваемой рекламы содержит утверждение "у нас дешевле, чем у них", однако потребитель данной рекламы не может располагать сведениями о том, с какими продавцами и ценами проведено сравнение цены керамической плитки, которую можно приобрести в «Грань Керамике» по цене "дешевле, чем у них". Об этих обстоятельствах, потребителю рекламы, вероятно, возможно узнать при непосредственном обращении к продавцам-консультантам (представителям) ООО "Грань Керамика" или провести самостоятельный сравнительный анализ ценовых параметров на товарном рынке, реализующих аналогичную продукцию.

В данном случае, использование в рекламе неточных высказываний или преувеличений относительно ценовых параметров товара может ввести потребителя рекламы в заблуждение, создать неверное представление о ценовых преимуществах рекламируемого товара, и тем самым обмануть его ожидания о выгодном приобретении (по низкой цене) керамической плитки, реализуемой ООО "Грань Керамика".

Вводящая в заблуждение реклама сообщает не «объективно неправильные (неверные) сведения», а субъективно неправильные, т.е. те, которые способны ввести в заблуждение.

Это означает, что при оценке рекламы на предмет введения в заблуждение учитывается субъективное восприятие сообщенных ею сведений. Определяющим в этом случае является не то, что имел в виду рекламодатель, и не то, насколько сообщенные сведения соответствуют истине, а лишь их восприятие потребителями рекламы.

#### В соответствии с [пунктом 29](#)

Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда от 8 октября 2012 г. № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» необходимо исходить из того, что информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В связи с этим, использование в рекламе критериев сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов "дешевле, чем у них", необходимо производить с указанием конкретного объекта, с которым осуществляется сравнение, и при этом иметь объективное подтверждение, в

данном случае, ценового преимущества рекламируемого товара.

Реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной, как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

Из вышеприведенного разъяснения следует, что заявление о ценовом преимуществе, согласно утверждению «у нас дешевле, чем у них!», должно иметь документальное подтверждение и фактическое обоснование.

В отсутствие конкретного объекта, по которому в рассматриваемом случае, производится ценовой критерий сравнения, создается впечатление, что ООО "Грань Керамика" обладает ценовым преимуществом в масштабах всех продавцов на рынке реализации однородных товаров.

В силу [пункта 28](#) Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда от 8 октября 2012 г. № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» оценка рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями. Потребители спорной рекламы, не обладающие специальной информацией, понимают рекламу буквально: это самая низкая цена среди хозяйствующих субъектов, реализующих аналогичные товары.

Рассматриваемая реклама является недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара и некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые реализуются другими продавцами.

В соответствии с частью 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

По правилам пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В силу пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

На основании изложенного, в нарушение данных правовых норм, в рекламе ООО "Грань Керамика" содержится не подтвержденная соответствующей действительности информация о ценовом преимуществе керамической плитки, реализуемой данным обществом, что вводит потребителей рекламы в заблуждение. Ответственность за нарушение требований установленных [пунктами 1, 4 части 3, части 7 статьи 5](#) Закона о рекламе, в соответствии с [частью 6 статьи 38](#) Закона о рекламе, несет рекламодатель.

[Пунктом 5 статьи 3](#) Закона о рекламе установлено, что рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо. Согласно поступившей информации от администрации г. Чебоксары следует, что рассматриваемая рекламная конструкция, расположенная по адресу

г.

Чебоксары, Марпосадское Шоссе, д.19, принадлежат ООО "Фидес" (г.Чебоксары, ул.К.Иванова, д.91, оф.6) в соответствии с договором от 18.10.2013 № 41 на установку и эксплуатацию средств наружной рекламы на территории г.Чебоксары, заключенным между администрацией г. Чебоксары и ООО "Фидес", выданным на основании постановления главы администрации г.Чебоксары от 18.10.2013 № 3405. Из поступивших письменных пояснений ООО "Фидес" следует, что рекламное место для размещения рассматриваемой рекламы ООО "Фидес" предоставлено в пользование Индивидуальному предпринимателю Тюрину А.Ю. в соответствии с заключенным договором от 12.01.2016 № 8.

Согласно данному договору Собственник (ООО "Фидес") предоставляет Рекламораспространителю (ИП Тюрину А.Ю.) рекламную конструкцию - стеллу площадью рекламного изображения 28 кв.м по адресу: г. Чебоксары, Марпосадское Шоссе, д.19 .

В соответствии с установленными требованиями данного договора Рекламораспространитель обязан обеспечить достоверность рекламной информации, размещаемой на рекламной конструкции и ее соответствие требованиям норм действующего законодательства (пункт 2.3.3 договора).

При этом Рекламораспространитель принимает на себя ответственность перед третьими лицами, контролирующими и надзирающими органами за размещение на предоставленных ему рекламных конструкциях недобросовестной и недостоверной рекламной информации, а также информации не соответствующей требованиям ст.5 Закона о рекламе (пункт 2.3.3договора).

ООО "Фидес" информирует, что согласно условиям заключенного договора ответственность за размещение информации, размещаемой на рассматриваемых рекламных конструкциях, возлагается в данном случае, на Рекламораспространителя, отмечая при этом, что рекламные конструкции предоставлялись ИП Тюрину А.Ю. не под размещение конкретной информации, а на определенный период.

ООО "Фидес" поясняет, что вопрос о том, какую информацию размещать на рекламных конструкциях являлось самостоятельным решением ИП Тюрина А.Ю., как и решение, и согласование эскизов рекламной информации и рекламодателей. Из представленных письменных пояснений ИП Тюрина А.Ю. следует.

ИП Тюрин А.Ю. как Рекламораспространитель предоставил рассматриваемую рекламную конструкцию по вышеуказанному адресу для размещения рекламной информации ИП Шитиковой Т.И. на основании заключенного между ними договора от 25.01.2016 № 02/2016.

Согласно условиям данного договора ИП Тюрин А.Ю. (Исполнитель) обязуется оказывать услуги по размещению рекламно - информационных материалов, предоставляемых ИП Шитиковой Т.И. (Заказчик), Клиентом Заказчика (Рекламодателем) или третьим лицом по поручению Заказчика (пункт 1.1 договора). В соответствии с требованиями настоящего договора Заказчик (ИП Шитикова Т.И.) обязан: обеспечивать на Постерах размещение всей информации о рекламируемом товаре или услуге, необходимой в соответствии с Федеральным законом "О рекламе" (пункт 2.3.6 договора); обеспечивать достоверность рекламной информации на рекламоносителе в соответствии с действующим законодательством, принимать на себя ответственность перед третьими лицами по претензиям, связанным с несоответствием рекламной информации действительности, содержанием и формой рекламы (пункт 2.3.8 договора);

самостоятельно и за свой счет регулировать указанные претензии. Нести ответственность за содержание рекламного изображения, за ненадлежащую рекламу и т.п. (пункт 2.3.8 договора).

Из письменных пояснений, представленных на заседание Комиссии 19.09.2016 ИП Шитикова Т.И. следует, что текстовое содержание и дизайн рекламы были разработаны ИП Шитикова Т.И. в рамках договора заключенного договора между ИП Шитикова Т.И. и ИП Тюриным.

При этом ИП Шитикова Т.И. пояснила, что в данном случае, каких-либо иных договоров с третьими лицами, в том числе с ООО "Грань Керамика", по составлению содержания рассматриваемой рекламы ИП Шитикова Т.И. не заключала.

ИП Шитикова Т.И. уточнила, что при осуществлении распространения рассматриваемого текста рекламы не предполагала о нарушении законодательства. В своих письменных пояснениях и одновременно на заседании Комиссии сообщила, что признает нарушение законодательства о рекламе, выразившееся в распространении вышеуказанной недостоверной рекламы и раскаивается в совершении данного правонарушения.

Одновременно на заседание Комиссии ИП Шитикова Т.И. представила макет новой рекламы, размещаемой на вышеуказываемом объекте и пояснила, что рассматриваемая ненадлежащая реклама на рекламных конструкциях г.Чебоксары в настоящее время не распространяется.

Таким образом, согласно анализу представленных в рамках рассмотрения дела материалов и документов, а также пояснениям, ИП Шитикова Т.И., Комиссия приходит к следующему.

Рекламодателем рассматриваемой рекламы, в данном случае, как лицо, полностью определившее объект рекламирования и содержание рекламы, является ИП Шитикова Т.И.

Решением Чувашского УФАС России от 19.09.2016 по делу № 16-Р-2016 реклама ООО "Грань Керамика" признана не соответствующей законодательству Российской Федерации о рекламе, поскольку данная реклама противоречит требованиям определенным [пунктами 1, 4 части 3, части 7 статьи 5](#) Закона о рекламе.

Нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства Российской Федерации о рекламе является административным правонарушением.

Учитывая изложенное, действия ИП Шитикова Т.И. по распространению вышеуказанной рассматриваемой рекламы, нарушают требования [пунктами 1, 4 части 3, части 7 статьи 5](#) Закона о рекламе и образуют состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с частью 4 статьи 38 Закона о рекламе нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии со статьей 2.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением

своих служебных обязанностей.

Должностным лицом является лицо, постоянно, временно или в соответствии со специальными полномочиями осуществляющее функции представителя власти, то есть наделенное в установленном законом порядке распорядительными полномочиями в отношении лиц, не находящихся в служебной зависимости от него, а равно лицо, выполняющее организационно-распорядительные или административно-хозяйственные функции.

Лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, совершившие административные правонарушения, несут административную ответственность как должностные лица, если настоящим Кодексом не установлено иное.

Таким образом, ИП Шитикова Т.И. по смыслу статьи 2.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях является должностным лицом, без образования юридического лица, и, следовательно, несет ответственность за соблюдение требований Закона о рекламе.

Должностное лицо ИП Шитикова Т.И. виновна в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, поскольку она не предприняла необходимых мер по соблюдению требований, установленных [пунктами 1, 4 части 3, части 7 статьи 5](#) Федерального закона «О рекламе», которые требуются от рекламодателя, совершив тем самым административное правонарушение, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем [законодательства](#) о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных [частями 2 - 4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31](#) настоящего Кодекса, - влечет наложение административного штрафа на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей.

В соответствии с частью 1 статьи 2.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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 соответствии с частью 2 статьи 2.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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.

Из материалов настоящего дела видно, что должностное лицо Шитикова Т.И. виновна в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных

правонарушениях, поскольку она имела возможность не допустить совершение административного правонарушения, однако при отсутствии объективных, чрезвычайных и непреодолимых обстоятельств не предприняла все зависящие от нее меры для соблюдения требований Закона о рекламе, хотя должна была предвидеть возможность наступления вредных последствий своих действий, но без достаточных к тому оснований самонадеянно рассчитывала на их предотвращение.

В соответствии со статьей 2.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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.

При этом оценка малозначительности деяния должна соотноситься с причинением либо угрозой причинения вреда личности, обществу или государству.

Понятие малозначительности административного правонарушения является категорией оценочной и определяется судьей, органом, должностным лицом, уполномоченным решить дело в каждом конкретном случае с учетом выявленных обстоятельств.

В пункте 21 постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 24.03.2005 № 5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении КоАП РФ» малозначительным административным правонарушением является действие или бездействие, хотя формально и содержащее признаки состава административного правонарушения, но с учетом характера совершенного правонарушения и роли правонарушителя, размера вреда и тяжести наступивших последствий не представляющее существенного нарушения охраняемых общественных правоотношений.

Совершенное ИП Шитиковой Т.И. правонарушение посягает на установленный в Российской Федерации порядок распространения рекламы, создает существенную угрозу охраняемым общественным правоотношениям, следовательно, не может быть признано малозначительным.

В соответствии с частью 2 статьи 4.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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.

При назначении наказания ИП Шитиковой Т.И. учтены обстоятельства и характер совершенного правонарушения, имущественное положение физического лица. Обстоятельства, отягчающие административную ответственность, отсутствуют.

Федеральным законом от 03.07.2016 № 316-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях», вступившим в силу 04.07.2016, Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях дополнен статьей 4.1.1, предусматривающей замену

административного наказания в виде административного штрафа на предупреждение являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, и юридическим лицам, а также их работникам за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей раздела II настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях.

Согласно части 2 статьи 4.1.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административное наказание в виде административного штрафа не подлежит замене на предупреждение в случае совершения административного правонарушения, предусмотренного статьями 14.31 - 14.33, 19.3, 19.5, 19.5.1, 19.6, 19.8 - 19.8.2, 19.23, частями 2 и 3 статьи 19.27, статьями 19.28, 19.29, 19.30, 19.33 настоящего Кодекса.

Руководствуясь [частью 2 статьи 3.4](#), [частями 1, 3 статьи 4.1](#) Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, принимая во внимание, что ИП Шитикова Т.И. осуществляет деятельность без образования юридического лица, к административной ответственности, предусмотренной ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, ранее не привлекалась, а также в отсутствие доказательств причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, имущественного ущерба, а также отягчающих ответственность обстоятельств, учитывая совершение вменяемого административного правонарушения впервые, прихожу к выводу о возможности применения к ней меры административной ответственности в виде предупреждения.

По правилам ч. 1 ст. 3.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях предупреждение - мера административного наказания, выраженная в официальном порицании физического или юридического лица. Предупреждение выносится в письменной форме.

Предупреждение устанавливается за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при отсутствии имущественного ущерба.

Определяя степень ответственности ИП Шитиковой Т.И., считаю возможным применить к ней меру административного наказания в соответствии со статьей 3.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

На основании изложенного, руководствуясь ст.ст. 23.48, 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать ИП Шитикову Т.И. виновной в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Назначить ИП Шитиковой Т.И. меру административного наказания в виде предупреждения.

В соответствии с частью 3 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 Арбитражный суд Чувашской Республики в течение 10 дней с момента получения или вручения копии постановления.

Согласно части 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 по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

«...»