

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания по делу
об административном правонарушении № 4-14.3-1156/77-16
«27» октября 2016 года г. Москва

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве (далее – Московское УФАС России) <...>, рассмотрев протокол от 21.09.2016 и материалы дела об административном правонарушении № 4-14.3-1156/77-16, возбужденного в отношении юридического лица — Общества с ограниченной ответственностью «Фэшн пресс» (место нахождения: 127018, г. Москва, ул. Полковая, д. 3, стр. 1; дата регистрации: 28.08.2002; ОГРН: 1027739120364; ИНН: 7743002018; КПП: 771501001) (далее — ООО «ФЭШН ПРЕСС», Общество) по факту размещения на сайте в сети Интернет по адресу portmex.ru рекламы портативных источников питания «PowerBank» под названием «Как выбирать портативные источники питания?» с признаками нарушения пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространение рекламы, содержащей некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, а также рекламы, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, в отсутствие представителя ООО «ФЭШН ПРЕСС», надлежащим образом уведомленного о дате, месте и времени рассмотрения дела об административном правонарушении,
УСТАНОВИЛ:

Московским УФАС России 21.09.2016 в адрес ООО «ФЭШН ПРЕСС» направлено Уведомление о назначении времени и места составления протокола об административном правонарушении (исх. № 13/43090) и необходимости явки законного представителя Общества или представителя с надлежащим образом оформленными полномочиями, на составление протокола в 16 часов 00 минут «30» сентября 2016 года.

Согласно Отчету об отслеживании отправления с почтовым идентификатором с сайта «Почта России» <https://www.pochta.ru/tracking> (далее — Отчет об отслеживании отправления) данное Уведомление по состоянию на 30.09.2016 находится в статусе «ожидает адресата в месте вручения» с 25.09.2016.

1

Административным органом 03.10.2016 направлено повторное Уведомление о составлении протокола об административном правонарушении (исх. № 13/45116) назначенное на «12» октября 2016 года в 10 часов 30 минут. В соответствии с Отчетом об отслеживании отправления указанное Уведомление по состоянию на 12.10.2016 «ожидает адресата в месте вручения» с 09.10.2016.

12.10.2016 Московским УФАС России предпринята очередная попытка уведомить ООО «ФЭШН ПРЕСС» о необходимости явки законного представителя Общества или представителя с надлежащим образом оформленными полномочиями, на составление протокола в 15 часов 30 минут «18» октября 2016 года. (Уведомление исх. № 13/47026), которое в соответствии с Отчетом об отслеживании отправления по состоянию на 18.10.2016 также «ожидает адресата в месте вручения» с 15.10.2016.

Необходимо отметить, что на дату рассмотрения настоящего дела ни одно из вышеуказанных уведомлений, отправленных почтовой связью, ООО «ФЭШН ПРЕСС» получено не было, что прямо указывает на уклонение Общества от получения почтовой корреспонденции.

В целях соблюдения процессуальных прав участвующих в деле лиц, Московским УФАС России принято решение об уведомлении Общества посредством направления Телеграммы (№ 000/2/019 от 17.10.2016), содержащей информацию относительно составления протокола об административном правонарушении в 11 часов 00 минут «21» октября 2016 года.

20.10.2016 Московским УФАС России получена Телеграмма (№ 0022) содержащая информацию о вручении Обществу ранее отправленной Телеграммы (№ 000/2/019 от 17.10.2016).

Законный представитель Общества или представитель, с надлежащим образом оформленными полномочиями на составление Протокола об правонарушении, назначенное на «21» октября 2016 года в 11 часов 00 минут, не явился.

Ввиду наличия надлежащего уведомления ООО «ФЭШН ПРЕСС», должностным лицом административного органа принято решение о составлении Протокола об административном правонарушении по делу № 4-14.3-1156/77-16 от 21.10.2016 в отсутствие представителя Общества.

В тот же день, данный Протокол был вручен должностным лицом административного органа представителю ООО «ФЭШН ПРЕСС» <...> нарочно под роспись.

В целях своевременного извещения о дате рассмотрения дела лиц, привлекаемых к административной ответственности, определение о назначении дела к рассмотрению и протокол об административном правонарушении оформляются специалистами Московского УФАС России в виде единого документа.

2
Таким образом, ООО «ФЭШН ПРЕСС» 21.10.2016 после получения Протокола на руки было извещено о рассмотрении дела 27.10.2016.

Помимо вышеизложенного, 23.10.2016 Московским УФАС России в адрес Общества также направлена Телеграмма (№000/2/002) о назначении рассмотрения дела об административном правонарушении по делу № 4-14.3-1156/77-16 на «27» октября 2016 года в 11 часов 00 минут.

В соответствии с информацией (Телеграмма № 0039), поступившей 26.10.2016 в Московское УФАС России, Общество отказалось от получения вышеуказанной Телеграммы (отметка сотрудника «Почты России» — ООО «ФЭШН ПРЕСС» телеграмму своей не признали).

Вместе с тем, согласно пункту 24.1 Постановления Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях», при решении арбитражным судом вопроса о том, имело ли место надлежащее извещение лица, в отношении которого возбуждено дело об административном правонарушении, либо его законного представителя о составлении протокола об административном правонарушении, следует учитывать, что КоАП РФ не содержит оговорки о необходимости направления извещения исключительно какими-либо определенными способами, в частности путем направления по почте заказного письма с уведомлением о вручении или вручения его адресату непосредственно.

Следовательно, извещение не может быть признано ненадлежащим лишь на том основании, что оно было осуществлено каким-либо иным способом (например, путем направления телефонограммы, телеграммы, по факсимильной связи или электронной почте либо с использованием иных средств связи). Также надлежит иметь в виду, что не могут считаться не извещенными лица, отказавшиеся от получения направленных материалов или не явившиеся за их получением несмотря на почтовое извещение (при наличии соответствующих доказательств).

Таким образом, должностное лицо Московского УФАС России считает ООО «ФЭШН ПРЕСС» надлежаще уведомленным на рассмотрение настоящего дела.

Вместе с тем, должностное лицо административного органа считает отметить следующее.

Согласно пункту 1 Постановления Пленума ВАС РФ от 30.07.2013 № 61 «О некоторых вопросах практики рассмотрения споров, связанных с достоверностью адреса юридического лица», при разрешении споров, связанных с достоверностью адреса юридического лица, следует учитывать, что в силу подпункта «в» пункта 1 статьи 5 Федерального закона от 08.08.2001 № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» адрес постоянно действующего исполнительного органа юридического лица (в случае отсутствия постоянно действующего исполнительного органа юридического лица — иного органа

3
или лица, имеющих право действовать от имени юридического лица без доверенности) отражается в едином государственном реестре юридических лиц (далее — ЕГРЮЛ) для целей осуществления связи с юридическим лицом. Юридическое лицо несет риск последствий неполучения юридически значимых сообщений, поступивших по его адресу, указанному в ЕГРЮЛ, а также риск отсутствия по этому адресу своего представителя, и такое юридическое лицо не вправе в отношениях с лицами, добросовестно полагавшимися на данные ЕГРЮЛ об адресе юридического лица, ссылаться на данные, не внесенные в указанный реестр, а также на недостоверность данных, содержащихся в нем (в том числе на ненадлежащее извещение в ходе рассмотрения дела судом, в рамках производства по делу об административном правонарушении и т.п.), за исключением случаев, когда соответствующие данные внесены в ЕГРЮЛ в результате неправомерных действий третьих лиц или иным путем помимо воли юридического лица (пункт 2 статьи 51 Гражданского кодекса Российской Федерации).

Исходя из данной правовой позиции Высшего Арбитражного Суда РФ, содержащиеся в Едином государственном реестре сведения, являются открытыми, общедоступными и считаются достоверными до внесения в них соответствующих изменений.

Следовательно, указание юридическим лицом в качестве своего места нахождения определенного адреса предполагает, что только по этому адресу будет направляться вся предназначенная ему почтовая корреспонденция. Именно юридическое лицо обязано обеспечить в месте своего нахождения порядок по надлежащему получению и регистрации поступающей корреспонденции. Не предприняв эти действия, и не проявив ту степень заботливости и осмотрительности, которая от него требовалась, юридическое лицо несет риск наступления неблагоприятных последствий.

Так, в случае, если корреспонденция доставлена по адресу места

нахождения юридического лица, о чем у административного органа имеются доказательства, она считается полученной данным юридическим лицом в установленном законом порядке. Иное толкование норм права означает, что адрес, указанный в ЕГРЮЛ, как достоверный и надлежащий, фактически указанным целям не отвечает, публичную функцию для третьих лиц не несет. Вся корреспонденция Московским УФАС России направлялась по адресу места нахождения ООО «ФЭШН ПРЕСС» — г. Москва, ул. Полковая, д. 3, стр. 1, указанному в ЕГРЮЛ.

Так, по состоянию на 27.10.2016 вышеперечисленные документы по делу № 4-14.3-1156/77-16 Обществом не получены, что свидетельствует о намеренных действиях со стороны Общества избежать административной ответственности за совершенное правонарушение.

Ввиду вышеизложенного, Московским УФАС России сделан вывод о принятии исчерпывающих мер, направленных на обеспечение процессуальных гарантий ООО «ФЭШН ПРЕСС», предусмотренных КоАП РФ, в связи с чем

4
препятствий для рассмотрения дела в отсутствие представителя ООО «ФЭШН ПРЕСС» не усматривается.

Комиссией Московского УФАС России в действиях ООО «ФЭШН ПРЕСС» при размещении на сайте в сети Интернет по адресу portmex.ru рекламы портативных источников питания «PowerBank» под названием «Как выбирать портативные источники питания?» установлен факт нарушения пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространение рекламы, содержащей некорректные сравнения рекламируемого

товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, а также рекламы, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами. В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, объектом рекламирования является 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.

В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе, товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация размещалась на сайте в сети «Интернет» по адресу portmex.ru, а следовательно, сведения были распространены широкому заранее неопределенному кругу лиц.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации как

предназначенность для неопределенного круга лиц означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация распространялась неопределенному кругу лиц, исходя из способа распространения и содержания, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования — портативным источникам питания «PowerBank», реализуемых ООО «AZ», а следовательно является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.

5

В соответствии пунктом 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе, недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Рассматриваемая рекламная статья содержала следующие выражения: «Никогда не покупайте «ноунейм». Берите продукцию зарекомендовавших себя компаний»; «Если вам предлагают мощное устройство с высокой ёмкостью, уместящееся в компактный корпус, здесь что-то не так. А если оно еще и недорогое,

то это контрафакт с вероятностью 99%», «в первую очередь стоит определиться с фирмой и не брать дешёвый китайский контрафакт», «лидер рынка — GP Batteries», «компания, которая работает только в одном направлении, значительно опережает по нему более универсальных конкурентов».

Согласно толковым словарям С.И. Ожегова, Т.Ф. Ефремовой, под словом «лидер» понимается, в том числе: спортсмен или спортивная команда, идущие первыми в состязании; тот, кто по своим показателям опережает других; член группы — игровой, производственной и т. п., занимающий в ней ведущее положение.

Указанная информация не содержит прямого сравнения товаров, реализуемых ООО «AZ» с аналогичными товарами, реализуемыми иными хозяйствующими субъектами. Между тем, используемое в рекламе утверждение «лидер рынка — GP Batteries» позволяет сделать вывод о том, что сравнение производится со всеми участниками соответствующего рынка.

Под некорректным сравнением понимается сравнение, построенное с использованием неправильных логических операций таким образом, что его достоверность объективно не может быть ни подтверждена, ни опровергнута. Например, некорректным может быть признано сравнение, которое основано на несопоставимых фактах, когда создается общее вводящее в заблуждение впечатление, при сравнении необъективных характеристик. В частности, такое сравнение имеет место тогда, когда делается вывод о сходстве либо превосходстве одного товара над другим, однако конкретные характеристики сравниваемых товаров не упоминаются.

Согласно пункту 9 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», необходимо учитывать, что при сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускаются сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства.

Понятие «несопоставимый» употребляется для обозначения двух

переменных, не имеющих никакого общего измерения или стандарта сравнения. Установлено, что в рассматриваемой рекламе отсутствует указание на конкретный критерий, который может быть подтвержден или опровергнут

6

объективными данными и по которому возможно осуществить сравнение товаров, реализуемых ООО «AZ», с аналогичными товарами других производителей, а равно сделать вывод о лидерстве ООО «AZ» на рассматриваемом рынке.

Таким образом, приведенное в спорной рекламе сравнение по своей форме некорректно, а сравниваемые параметры несопоставимы и не могут быть объективно проверены.

На основании изложенного, Комиссией Московского УФАС России установлен факт нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе, при распространении рассматриваемой рекламы.

В соответствии с пунктом 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.

Согласно пункту 29 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», 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 сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому 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.

Как было установлено ранее, в спорной рекламе отсутствует критерий по которому происходило сравнение, а следовательно распространенные сведения не могут быть объективно подтверждены.

На основании вышеизложенного, должностное лицо Московского УФАС России приходит к выводу о наличии в рекламе портативных источников питания «PowerBank» под названием «Как выбирать портативные источники питания?», распространяемой на сайте в сети Интернет по адресу portmech.ru, факта нарушения

пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Спорная реклама распространялась на сайте в сети Интернет по адресу portmech.ru на основании Договора № 31279 от 02.10.2015, заключенного между ООО «Фэшн Пресс» и ООО «AZ» (далее — Договор).

7

В соответствии с пунктом 1.1 ООО «Фэшн Пресс» обязуется по заданию ООО «AZ» оказать услуги по размещению рекламных материалов ООО «AZ» на

сайтах ООО «Фэшн Пресс» на условиях, указанных в приложениях к Договору, а ООО «AZ» обязуется принять и оплатить эти услуги в порядке, предусмотренном Договором.

Согласно пункту 2.2.1 Договора ООО «AZ» обязуется предоставить рекламные материалы для целей Договора, соответствующие законодательству Российской Федерации об авторских и смежных правах, о средствах массовой информации. В случаях, предусмотренных законодательством Российской Федерации, по запросу ООО «Фэшн Пресс», предоставить ООО «Фэшн Пресс» документы на право использования товарных знаков ООО «AZ», сертификаты, лицензии на рекламируемые товары и услуги, информация о которых размещается в сети Интернет

ООО «Фэшн Пресс».

Согласно Приложению № 1 к Договору ООО «Фэшн Пресс» окажет, а ООО «AZ» примет и оплатит услуги по размещению рекламного материала, а именно

статьи на правах рекламы со статичным анонсом. Клиент/бренд — GP Batteries. При этом, исходя из материалов дела, ООО «AZ» передало ООО «Фэшн Пресс» текст презентации и другие информационные материалы о GP Batteries. В свою очередь, ООО «Фэшн Пресс» на основании предоставленных информационных материалов создало спорную рекламную статью. При рассмотрении дела о нарушении

законодательства о рекламе № 3-5-100/77-16, ООО «AZ» и ООО «Фэшн Пресс» подтвердили данную информацию.

Указанный факт подтверждается также перепиской посредством электронной почты между ООО «AZ» и ООО «Фэшн Пресс», в том числе письмами от ООО «Фэшн Пресс» в адрес ООО «AZ» следующего содержания: «Меня зовут Юля, я буду

курировать запуск РК GP Battaries на portech.ru. Присылайте мне, пожалуйста, материалы на основе которых мы сможем написать статью. От вас ждем: пресс-релизы, картинки, видео (если есть). Спасибо!». Дальнейшая переписка подтверждает

факт направления ООО «Фэшн Пресс» материалов, необходимых для написания статьи: «Юлия, добрый день! Прошу прощения за задержку с ответом. Во вложении материалы по портативным блокам питания — это статьи, опубликованные на нашем

сайте в разделе новостей...».

В процессе работы над статьей ООО «AZ» сообщало ООО «Фэшн Пресс» о своих пожеланиях по поводу того, что должно быть отражено в рекламной статье. Сообщение от ООО «Фэшн Пресс»: «Мария, добрый день! Мы уже написали статью, превью доступно по ссылке — <http://www.portech.ru/preview/220751/#full> Ждем ваших комментариев», подтверждает написание статьи в полном объеме. Согласно ответным письмам ООО «AZ» внесло корректировки в изготовленную рекламную статью, в том числе во фразу «лидер рынка — GP Battaries».

После исправления на основании данных корректировок ООО «Фэшн Пресс» рекламной статьи, ООО «AZ» одобрило в целом статью и внесло лишь одну правку, которая не касалась спорной фразы «лидер рынка — GP Battaries».

8

Одобренная ООО «AZ» рекламная статья была опубликована с неисправленной фразой «лидер рынка — GP Battaries». Факт принятия ООО «AZ» готовой рекламной статьи подтверждается Актом приема-сдачи услуги к Договору

от 31.10.2015.

Из вышесказанного следует, что не смотря на то, что ООО «AZ» внесла корректировки в спорную фразу «лидер рынка — GP Battaries», она не была исправлена.

Ввиду вышеизложенного, спорный текст рекламы подготовлен ООО «Фэшн Пресс» и согласован с ООО «AZ», в том виде, в каком он был опубликован. При этом, ООО «AZ» обращало внимание ООО «Фэшн Пресс» на недопустимость использования фразы «лидер рынка». Однако, такое исправление было проигнорировано ООО «Фэшн Пресс», а ООО «AZ» впоследствии приняло текст рекламы с данной фразой.

При этом, согласно пункту 2.1.3 Договора ООО «Фэшн Пресс» вправе отказать в размещении материалов ООО «AZ» и расторгнуть Договор в одностороннем порядке в случае их несоответствия требованиям законодательства РФ, техническим требованиям ООО «Фэшн Пресс», приведенным в приложениях Договора, в случае неоплаты размещения материалов ООО «AZ», а также в случае, если реклама противоречит принципам рекламной политики ООО «Фэшн Пресс».

В соответствии с пунктом 4.1 Договора за невыполнение или ненадлежащее выполнение обязательств по Договору ООО «Фэшн Пресс» несет ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации. В соответствии с частью 8 статьи 38 Закона о рекламе, рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6 и 7 статьи 38 Закона о рекламе, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Согласно пункту 6 статьи 3 Закона о рекламе, рекламопроизводителем является лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы формы. Исходя из вышесказанного, ООО «Фэшн Пресс» в данном случае является рекламопроизводителем.

Из анализа вышеприведенных положений следует, что ООО «Фэшн Пресс» имело возможность предотвратить нарушения Закона о рекламе, но не проявило должной степени заботливости и осмотрительности при осуществлении своей деятельности, в связи с чем допустило в изготовленной им рекламе нарушение законодательства о рекламе. Общество имело возможность для соблюдения норм и правил содержания рекламы, однако не приняло все возможные и зависящие от него меры, в том числе прямо вытекающие из Договора.

При рассмотрении дела о нарушении законодательства о рекламе № 3-5-100/77-16 ООО «Фэшн Пресс» приведены доводы о том, что их работа над макетом носила исключительно технический характер и заключалась в

9
выборке из каждого представленного рекламодателем материала основных положений, в пределах полученной от рекламодателя установки, корректорская адаптация выбранных фрагментов к публикации на сайте и компоновка, отобранных и адаптированных таким образом фрагментов в текст.

Вместе с тем, данные доводы не могут быть приняты ввиду предоставленной сторонами дела Договора и электронной переписки из которой следует, что ООО «Фэшн Пресс» фактически создало рекламную статью по заданию ООО «AZ».

Кроме того, ООО «Фэшн Пресс» не внесло все необходимые корректировки, на которые указало ООО «AZ» после первой проверки статьи.

В соответствии со статьей 309 Гражданского Кодекса Российской Федерации, обязательства должны исполняться надлежащим образом в соответствии с условиями обязательства и требованиями закона, иных правовых актов, а при отсутствии таких условий — в соответствии с обычаями делового оборота или иными обычно предъявляемыми требованиями.

Таким образом, исходя из вышеизложенного, должностным лицом Московского УФАС России в действиях ООО «Фэшн Пресс» установлено нарушение пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе. Местом совершения административного правонарушения является место выявления рекламы портативных источников питания «PowerBank» под названием «Как выбирать портативные источники питания?» — г. Москва. Должностным лицом административного органа установлено, что рассматриваемая реклама распространялась в период с 26.10.2015 по 28.10.2015. Таким образом, срок привлечения ООО «ФЭШН ПРЕСС» к административной ответственности не истек.

В соответствии с частью 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 частью 2 статьи 2.1 КоАП РФ, юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых КоАП РФ или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Вина ООО «Фэшн Пресс» состоит в распространения на сайте в сети Интернет по адресу porttech.ru рекламы портативных источников питания «PowerBank» под названием «Как выбирать портативные источники питания?» с признаками нарушения пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закон о рекламе.

ООО «ФЭШН ПРЕСС» является профессиональным участником рынка по предоставлению рекламных услуг, в связи с чем Общество должно было и 10

имело возможность проявить необходимую степень заботливости и осмотрительности, которая позволила бы не допустить распространения ненадлежащей рекламы.

Обстоятельств, свидетельствующих о невозможности соблюдения ООО «Фэшн Пресс» указанных требований, не установлено.

С учетом наличия у ООО «Фэшн Пресс» возможности исполнить установленные Законом о закупках требования, а также неприятия предприятием мер, направленных на недопущение нарушения норм законодательства о закупках, должностное лицо административного органа приходит к выводу о наличии в действиях общества состава административного правонарушения.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства Российской Федерации о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан — от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц — от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; юридических лиц — от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

В соответствии с частью 3 статьи 4.1 КоАП РФ, при назначении административного наказания юридическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Согласно пункту 2 части 1 статьи 4.3 КоАП РФ обстоятельством, отягчающим административную ответственность является повторное совершение однородного административного правонарушения, то есть совершение административного правонарушения в период, когда лицо считается подвергнутым административному наказанию в соответствии со статьей 4.6 КоАП РФ за совершение однородного административного правонарушения.

В соответствии со статьей 4.6 КоАП РФ, лицо, которому назначено административное наказание за совершение административного правонарушения, считается подвергнутым данному наказанию со дня вступления в законную силу постановления о назначении административного наказания до истечения одного года со дня окончания исполнения данного постановления.

Согласно пункту 16 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 24.03.2005 № 5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях», однородным считается правонарушение, имеющее единый родовый объект посягательства, независимо от того, установлена ли административная ответственность за совершенные правонарушения в одной или нескольких статьях КоАП РФ.

11

Постановлением Московского УФАС России о назначении административного наказания по делу об административном правонарушении № 4-14.3-87/77-15 (исх. № ИК/7200 от 02.03.2015) ООО «Фэшн Пресс» привлечено к административной ответственности в виде административного штрафа в размере 100 000 рублей в соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ (дата оплаты штрафа — 07.04.2015).

Постановлением Московского УФАС России о назначении административного наказания по делу об административном правонарушении № 4-14.3-88/77-15 (исх. № ИК/7201 от 02.03.2015) ООО «Фэшн Пресс» привлечено к административной ответственности в виде административного штрафа в размере 100 000 рублей в соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ (дата оплаты штрафа — 07.04.2015).

Постановлением Московского УФАС России о назначении административного наказания по делу об административном правонарушении № 4-14.3-85/77-15 (исх. № НО/7662 от 04.03.2015) ООО «Фэшн Пресс» привлечено к административной ответственности в виде административного штрафа в размере 100 000 рублей в соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ (дата оплаты штрафа — 07.04.2015).

Постановлением Московского УФАС России о назначении административного наказания по делу об административном правонарушении № 4-14.3-151/77-15 (исх. № ИК/9729 от 10.03.2015) ООО «Фэшн Пресс» привлечено к административной ответственности в виде административного штрафа в размере 100 000 рублей в соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ (дата оплаты штрафа — 07.04.2015).

№ 4-14.3-290/77-15 (исх. № НО/19553 от 26.05.2015) ООО «Фэшн Пресс» привлечено к административной ответственности в виде административного штрафа в размере 100 000 рублей в соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ (дата оплаты штрафа — 05.06.2015).

Постановлением Московского УФАС России о назначении административного наказания по делу об административном правонарушении № 4-14.3-87/77-15 (исх. № ИК/7200 от 02.03.2015) ООО «Фэшн Пресс» привлечено к административной ответственности в виде административного штрафа в размере 100 000 рублей в соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ (дата оплаты штрафа — 07.04.2015).

Таким образом, установлены обстоятельства, отягчающие административную ответственность ООО «Фэшн Пресс».

13

Должностным лицом Московского УФАС России не установлено обстоятельств, смягчающих административную ответственность ООО «Фэшн Пресс».

Согласно части 1 статьи 3.1 КоАП РФ, целью назначения административного наказания является предупреждение совершения новых правонарушений как самим

правонарушителем, так и другими лицами.

Таким образом, с учетом обстоятельств, отягчающих административную ответственность ООО «Фэшн Пресс», штраф, подлежащий взысканию составляет 500 000 рублей.

Руководствуясь статьями 33, 38 Закона о рекламе, статьями 4.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать юридическое лицо — ООО «ФЭШН ПРЕСС» (место нахождения: 127018, г. Москва, ул. Полковная, д. 3, стр. 1; дата регистрации: 28.08.2002; ОГРН: 1027739120364; ИНН: 7743002018; КПП: 771501001) виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

2. Назначить юридическому лицу — ООО «ФЭШН ПРЕСС» (место нахождения: 127018, г. Москва, ул. Полковная, д. 3, стр. 1; дата регистрации: 28.08.2002; ОГРН: 1027739120364; ИНН: 7743002018; КПП: 771501001) административное наказание в виде административного штрафа в размере 500 000 (пятиста тысяч) рублей.

Согласно части 1 статьи 32.2 КоАП РФ, 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 ст. 31.5 КоАП РФ.

В соответствии с частью 5 статьи 32.2 КоАП РФ, при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, и информации об уплате административного штрафа в Государственной информационной системе о государственных и муниципальных платежах, по истечении срока, указанного в ч. 1 настоящей статьи, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, направляют в течение десяти суток постановление о наложении административного штрафа с отметкой о его неуплате судебному приставу-исполнителю для исполнения в порядке, предусмотренном федеральным законодательством.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5 КоАП РФ, сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме. Суммы штрафов, уплаченных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, зачисляются в соответствующие бюджеты в 14

соотношении:

— 40% в Федеральный бюджет;

— 60% в бюджет субъекта Российской Федерации, на территории которого зарегистрировано ООО «ФЭШН ПРЕСС», перечислением через банк, обслуживающий хозяйствующий субъект.

Реквизиты для уплаты административных штрафов, предусмотренных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе (квитанция прилагается):

Получатель: УФК по г. Москве (для Московского УФАС России)

Банк получателя: Отделение 1 Москва

ИНН 7706096339

КПП 770101001

БИК 044583001

р/с 40101810800000010041

КБК 161 1 16 26000 01 6000140

ОКТМО 45375000

Назначение платежа: административный штраф по делу № 4-14.3-1156/77-16.

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП РФ, неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в установленном законом порядке в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

В соответствии с пунктом 1 статьи 31.1 КоАП РФ, 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.

Приложение на 1 листе.

Заместитель руководителя <...>

15