

1. ООО «НЕВА»

(...)

Кржижановского ул., д. 31, стр. 1,

г. Москва, 117218

2. (...)

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания по делу  
об административном правонарушении № 4-14.3-907/77-18

«18» июля 2018 года г. Москва

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве (...), рассмотрев протокол от 30.05.2018 и материалы дела об административном правонарушении № 4-14.3-907/77-18, возбужденного в отношении должностного лица - директора по маркетингу, рекламе и PR ООО «НЕВА» (...) по факту

распространения в журнале «Аэрофлот Style» № 8 (103) от 01.08.2017 рекламы следующего содержания: *«Кенгуру; Лучший выбор школьных коллекций»*, с нарушением п. 1 ч. 2, п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившимся в распространении рекламы, содержащей некорректное сравнение рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, а также содержащей не соответствующие действительности сведения о преимуществах товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, в отсутствие (...), надлежащим образом уведомленной о дате месте и времени рассмотрения дела об **административном правонарушении, в присутствии защитника по доверенности от 13.07.2018 № 77 АВ 7863790 (...).**

#### УСТАНОВИЛ:

Решением комиссии Московского УФАС России от 13.03.2018 по делу № 3-5-296/77-17 о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе, в действиях юридического лица - **ООО «НЕВА»**, на основании заявления

физического лица, установлен факт нарушения п. 1 ч. 2, п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), выразившейся в распространении в журнале «Аэрофлот Style» № 8 (103) от 01.08.2017 рекламы следующего содержания: *«Кенгуру; Лучший выбор школьных коллекций»*.

В журнале «Аэрофлот Style» № 8 (103) от 01.08.2017 на странице 111 размещалась реклама, содержащая в себе следующие сведения: *«Кенгуру; для детей и будущих мам; Лучший выбор школьных коллекций; DOLCE&GABBANA; ALETTA; ARMANI; DAL LAGO; DAN MARALEX; HUGO BOSS; BURBERRY»*. Объектом рекламирования является магазин детской одежды и обуви.

Согласно п. 1 ст. 3 Закона о рекламе под рекламой понимается информация, распространяемая 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.

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.

Рассматриваемая реклама распространялась посредством размещения в журнале «Аэрофлот Style», зарегистрированном как печатное средство массовой информации (свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-33053 от 12.09.2008), учредителем является ПАО «Аэрофлот-российские авиалинии», территория распространения — Российская Федерация, зарубежные страны.

Таким образом, установлено, что способ распространения рассматриваемой рекламы является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по кругу лиц-потребителей рекламы Московским УФАС России не установлено.

В соответствии с п. 2 ст. 3 Закона о рекламе, под объектом рекламирования понимается товар, средство 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 п. 3 ст. 3 Закона о рекламе товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Исходя из содержания рекламы, в данном случае объектом рекламирования является магазин детской одежды и обуви.

На основании изложенного, спорная информация является рекламой.

Согласно ч. 1 ст. 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускается.

В соответствии с п. 1 ч. 3 ст. 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.

Присутствие в спорной рекламе выражения «лучший» указывает на нарушение п. 1 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе, выразившегося в рекламе, содержащей некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими производителями или реализуются другими продавцами.

Согласно п. 9 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее — Постановление № 58) 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.

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.

Понятие «несопоставимый» употребляется для обозначения двух переменных, не имеющих никакого общего измерения или стандарта сравнения.

Таким образом, использование в спорной рекламе выражения «лучший» направлено на распространение позитивной информации в отношении рекламируемой детской одежды и обуви в конкретном магазине путем некорректного сравнения с другими магазинами детской одежды и обуви, выраженном в акцентировании на неподтвержденные непосредственно в тексте рекламы преимущества рекламируемых товаров.

Таким образом, приведенное в спорной рекламе сравнение по своей форме некорректно, в нем не упоминаются сравниваемые параметры, а,

следовательно, и достоверность такого сравнения не может быть объективно проверена.

Согласно п. 29 Постановления № 58, 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.

Использование в спорной рекламе словосочетания «Лучший выбор школьных коллекций» напрямую противоречит вышеприведенной норме.

Исходя из вышесказанного, используемое в спорной рекламе словосочетание «Лучший выбор школьных коллекций» также указывает на наличие в рекламе признаков нарушения п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, выразившегося в рекламе, содержащей не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, в силу отсутствия каких-либо конкретных критериев сравнений и объективных подтверждений.

На основании вышеизложенного Московское УФАС России приходит к выводу о наличии в рекламе «Кенгуру; Лучший выбор школьных коллекций» на странице 111 журнала «Аэрофлот Style» № 8 (103) от 01.08.2017, факта нарушения пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, в соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, несет рекламоатель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе, под рекламоателем понимается изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Спорная реклама распространялась в журнале «Аэрофлот Style» на основании Договора № IM-13.07-318 от 08.07.2013, заключенного между

ООО «Инфлайт Интертеймент Групп» и ООО «НЕВА» (далее - Договор).

В соответствии с пунктом 1.1. Договора ООО «Инфлайт Интертеймент Групп» обязуется оказать ООО «НЕВА» услуги по размещению рекламных материалов в периодическом печатном издании/изданиях на условиях, согласованных сторонами в приложениях к договору.

Согласно Приложению № 7 от 05.07.2017 к Договору ООО «Инфлайт Интертеймент Групп» по заказу ООО «НЕВА» принимает на себя обязательства оказать услуги по размещению рекламных материалов в периодическом печатном издании «Аэрофлот Style» / «Стиль Аэрофлота» № 8 (103) от 01.08.2017.

Исходя из вышесказанного, рекламодателем спорной рекламы является ООО «НЕВА», рекламодателем ООО «Инфлайт Интертеймент Групп».

Таким образом, за нарушение в рассматриваемой рекламе п. 1 ч. 2, п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе ответственность несет ООО «НЕВА».

В соответствии с ч. 1 ст. 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.

Согласно ч. 3 ст. 2.1 КоАП РФ, назначение административного наказания юридическому лицу не освобождает от административной ответственности за данное правонарушение виновное физическое лицо, равно как и привлечение к административной или уголовной ответственности физического лица не освобождает от административной ответственности за данное правонарушение юридическое лицо.

В соответствии со ст. 2.4 КоАП РФ, административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения, в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей. Совершившие административные правонарушения в связи с выполнением организационно-распорядительных или административно-хозяйственных функций руководители и другие работники организаций несут административную ответственность как должностные лица.

В соответствии с документами, представленными ООО «НЕВА» в материалы дела № 3-5-296/77-17, должностным лицом, ответственным за нарушение ООО «НЕВА» требований, установленных п. 1 ч. 2, п. 1 ч. 3 ст. 5

Закона о рекламе является директор по маркетингу, рекламе и PR ООО «НЕВА» (...).

Согласно приказу генерального директора ООО «НЕВА» от 31.03.2017 №31.03к/01 (...) переведена на должность директора по маркетингу, рекламе и PR.

В соответствии с пунктом 2.6 должностной инструкции директора по маркетингу, рекламе и PR, утвержденной генеральным директором ООО «Нева» 31.03.2017, (...) организует разработку стратегии проведения рекламных мероприятий в средствах массовой информации с помощью наружной, световой, электронной, почтовой рекламы, рекламы на транспорте, участие в отраслевых выставках, ярмарках и прочих мероприятиях.

В соответствии с пунктом 4.5 должностной инструкции (...) несет ответственность за совершенные в процессе осуществления своей деятельности правонарушения - в пределах, определенных административным, уголовным и гражданским законодательством Российской Федерации.

На основании изложенного, установлено, что должностным лицом, ответственным за нарушение ООО «НЕВА» требований п. 1 ч. 2, п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, является (...).

На рассмотрении дела защитником (...) доводов по существу дела заявлено не было.

Виновные действия директора по маркетингу, рекламе и PR ООО «НЕВА» (...) состоят в ненадлежащем исполнении своих служебных обязанностей, а именно непринятии всех зависящих от него мер по соблюдению требований законодательства в действиях ООО «НЕВА» и нарушении п. 1 ч. 2, п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

Ответственность за невыполнение требований, установленных п. 1 ч. 2, п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 6 ст. 14.3, ч. 4 ст. 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 КоАП РФ, - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Доказательств, свидетельствующих о принятии (...) каких-либо мер по

соблюдению законодательства Российской Федерации в сфере рекламы в данной части, не представлено.

Вина должностного лица — директора по маркетингу, рекламе и PR ООО «НЕВА» (...) в совершении административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, доказана.

Место совершения административного правонарушения - г. Москва.

Время совершения административного правонарушения — 01.08.2017.

В соответствии с ч. 2 ст. 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.

Согласно п. 7 ч. 1 ст. 4.2 КоАП РФ, к обстоятельствам, смягчающим административную ответственность относится добровольное исполнение до вынесения постановления по делу об административном правонарушении лицом, совершившим административное правонарушение, предписания об устранении допущенного нарушения, выданного ему органом, осуществляющим государственный контроль (надзор) и муниципальный контроль.

04.05.2018 ООО «НЕВА» представлена информация об исполнении предписания по делу № 3-5-296/77-17, а именно о прекращении распространения рассматриваемой рекламы с нарушением п. 1 ч. 2, п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

Также должностное лицо административного органа считает необходимым принять во внимание, что (...) впервые привлекается к административной ответственности по ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, а рассматриваемая реклама распространялась однократно.

Таким образом, должностным лицом административного органа установлено обстоятельство, смягчающее административную ответственность (...).

Обстоятельств, свидетельствующих о возможности применения ст. 2.9 КоАП РФ, должностным лицом административного органа не установлено.

Таким образом штраф, подлежащий взысканию составляет 4 000,00 рублей.

Руководствуясь ст.-ст. 33, 38 Закона о рекламе, ст.-ст. 4.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать должностное лицо — директора по маркетингу, рекламе и PR ООО «НЕВА» (...) виновной в совершении правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

2. Назначить должностному лицу — директору по маркетингу, рекламе и PR ООО «НЕВА» (...) наказание в виде административного штрафа в размере — **4 000,00 руб.** (четыре тысяч рублей 00 коп.).

В соответствии с ч. 5 ст. 3.5 КоАП РФ сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме.

Согласно ч. 1 ст. 32.2 КоАП РФ административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее 60 дней со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу либо со дня истечения срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП РФ.

В силу указанных положений КоАП РФ лицо, привлеченное к административной ответственности, обязано исполнить обязательство по уплате штрафа за совершенное правонарушение **самостоятельно**.

Законодательством Российской Федерации не установлена возможность уплаты **неналоговых платежей** иным лицом за лицо, в обязанность которого входит уплата данных платежей.

В соответствии со ст. 160.1 Бюджетного кодекса Российской Федерации администратор доходов бюджета осуществляет бюджетные полномочия по начислению, учету и контролю за правильностью исчисления, полнотой и своевременностью осуществления платежей в бюджет, пеней и штрафов по ним, а также принимает решение о возврате излишне уплаченных (взысканных) платежей в бюджет, пеней и штрафов, и представляет поручение в орган Федерального казначейства для осуществления возврата в порядке, установленном Министерством финансов Российской Федерации.

На основании вышеизложенного, в случае уплаты административного штрафа не являющимся обязанным в соответствии с настоящим постановлением уплатить штраф лицом, Московским УФАС России будет

осуществлен возврат указанного платежа плательщику как излишне уплаченных (взысканных) платежей в бюджет.

Суммы штрафов, уплаченных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, зачисляются в соответствующие бюджеты в соотношении:

- 40% в Федеральный бюджет;
- 60% в бюджет субъекта Российской Федерации, на территории которого зарегистрировано **ООО «НЕВА»**, 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, л/с 04731324890) ИНН/КПП: 7706096339 / 770101001
Банк получателя:	ГУ Банка России по ЦФО р/с 40101810045250010041 БИК 044525000 ОКТМО: 45375000 КБК 161 1 16 26000 01 6000140
Назначение платежа:	Административный штраф, зачисляемый в федеральный бюджет по делу № 4-14.3-907/77-18

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

В соответствии с ч. 3 ст. 30.1 и ч. 1 ст. 30.3 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано **в районном суде** в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

В соответствии с п. 1 ст. 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: квитанция на 1 листе.

Заместитель руководителя (...)

Исп.: (...), тел.: 8(495)784-75-05