ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении административного штрафа

по делу №04-09-Р/01-02-19 об административном правонарушении

11 марта 2019 года **г.Владикавказ**

Руководитель Северо - Осетинского УФАС России Р.Р. Плиев, рассмотрев протокол от 15.02.2019г., а также иные материалы дела об административном правонарушении **№04-09-Р/01-02-19**, возбужденного в отношении ООО «Альда» (далее – ООО «Альда», Общество), по признакам административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ), в отсутствии представителя ООО «Альда», надлежащим образом уведомленного о времени и месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

целях осуществления государственного контроля соблюдения ебований Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» алее – Закон о рекламе), Инспекцией Управления по проверке блюдения законодательства о рекламе, произведен осмотр ружной рекламы, расположенной по адресу: г.Владикавказ, Московская. Вдоль проезжей части на рекламном щите по Московская размещена реклама ООО «Альда» следующего держания:

.В день рождения! LED Телевизор Hyundai + Пуловер Pull Love, 100% елано в Италии, ЦУМ 2 этаж, 102 см Full HD 1080 DV3T2, Подарок, 890, 14.890, Альда, бытовая техника и электроника, г.Владикавказ – Пожарского, тел.(8672)50-00-00».

гласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ рекламе» (далее - Закон о рекламе), реклама - информация, спространяемая любым способом, в любой форме и с пользованием любых средств, адресованная неопределенному ругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту кламирования, формирование или поддержание интереса к нему и продвижение на рынке. Объект рекламирования - товар, средство индивидуализации, изготовитель или продавец товара, на ивлечение внимания к которым направлена реклама.

ъектом рекламирования являются товары ООО «Альда».

формация, размещенная на рекламном щите, адресована определенному кругу лиц – распространяется на улице города адикавказ, следовательно, круг лиц не может быть заранее ределен в качестве получателя рекламной информации. Наружная клама направлена на привлечение внимания, формирование и ддержание интереса к товарам и услугам, которые реализуются ОО «Альда» и способствует их продвижению на рынке.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо. Лицом определившим содержание указанной рекламы, является ООО «Альда», согласно приведенной норме – рекламодатель. В силу части 7 статьи 5 Закона о рекламе - 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.

Согласно пункту 28 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

Поэтому если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегль), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение

потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования (часть 7 статьи 5 Закона о рекламе).

Размещение привлекательной для потребителя информации крупным шрифтом, а менее привлекательной информации - способом, затрудняющим ее восприятие (с учетом размера рекламной конструкции и шрифта текста рекламы, а также его местоположения), свидетельствует о недобросовестности такой рекламы.

Если рекламодатель использует мелкий шрифт для предоставления ряда существенной информации в рекламе, то он вводит потребителя в заблуждение относительно существенных условий услуги, потому что последний в первую очередь воспринимает более крупный и яркий шрифт. Тем самым рекламодатель искажает содержание рекламы в целом и не доводит ее до потребителя должным образом. При этом, реклама оценивается со стороны обычного потребителя, который не обладает специальными знаниями в рекламируемой сфере.

При обзоре наружной рекламы важно оценивать место расположения рекламы, время и условия ее восприятия. Эти факторы могут помешать потребителю изучить рекламу должным образом, что вводит потребителя в заблуждение.

Реклама ООО «Альда» расположена вдоль автомобильной дороги, она рассчитана на импульсивное восприятие с дальнего расстояния автомобилистами, т.е. на быстрое осознание информации и на ее уяснение без длительного сосредоточения внимания. Автомобилисты обладают ограниченными возможностями восприятия информации с точки зрения времени, мелкий шрифт ими не может быть воспринят физически, что влечет признание ее ненадлежащей

Из-за особенностей размещения рекламы (месторасположение над проезжей частью дороги, ограниченное время считывания информации, размер шрифта, которыми написаны существенные условия получения услуги, высота расположения рекламной конструкции)существенная информация указанная в рекламе не доведена до потребителя надлежащим образом.

формы подачи и смысла рекламной информации следует, что

кламируемая акция Общества направлена на стимулирование одаж, в том числе путем проведения акции: «…В день рождения! LED левизор Hyundai + Пуловер Pull Love, 100% сделано в Италии, ЦУМ 2 аж, 102 см Full HD 1080 DV3T2, Подарок, ~~17.890~~, 14.890, Альда, бытовая ника и электроника, г.Владикавказ – ул.Пожарского, тел.(8672)50-00- .

При этом, информация об условиях, сроке (периоде) проведения скидок нечитаемая даже при увеличении техническими средствами (мелкий шрифт).

В рекламе ООО «Альда» существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

В случае если фактически условия, являющиеся существенной информацией для потребителей рекламы, представлены в рекламе мелким либо нечитаемым шрифтом, такая реклама может привести к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми услугами.

Текст указанной рекламы направлен на привлечение внимания к акции, в то время как по сути потенциальному потребителю необходимо следовать дополнительным сведениям, изложенным мелким, трудночитаемым шрифтом, расположенных наверху слева от основной части рекламного щита.

Подобные способ и форма изложения информации в рекламе приводят к созданию у лиц - потребителей рекламы ложного представления о характере акции, необходимых действиях для участия в данной акции, об условиях получения подарков, скидок.

То обстоятельство, что в законе не прописан размер шрифта, не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть любым, поскольку, как следует из положений ст. 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна вводить в заблуждение потребителя.

Формальное присутствие в рекламе обозначенных условий не позволяет потребителю рекламы воспринимать данные сведения в силу способа их изложения, а также их содержания.

ООО «Альда», как рекламодатель, не обеспечило достоверность

рекламной информации, и способствовало распространению ненадлежащей рекламы, поскольку в представленной рекламе информация об условиях проведения акции нечитаемая, тем самым вводятся в заблуждение потребители рекламы, что является нарушением части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 6 статьи 38 ответственность за нарушение требований части 7 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель - ООО «Альда».

Таким образом, действия ООО «Альда», выразившиеся в распространении ненадлежащей рекламы, содержат состав административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Согласно п.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.

У ООО «Альда» имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых настоящим Кодексом или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению, таким образом, вина ООО «Альда» установлена.

В силу частей 1, 3 статьи 4.1 КоАП РФ административное наказание за совершение административного правонарушения назначается в пределах, установленных законом, предусматривающим ответственность за данное административное правонарушение, в соответствии с настоящим Кодексом.

При определении вида и размера административного наказания, учитывается характер совершенного административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица (личность виновного, его имущественное положение) обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

ООО «Альда» впервые привлекается к административной ответственности по ч.1 ст.14.3 КоАП РФ.

Данное обстоятельство, в соответствии со ст.4.2 КоАП РФ расценивается как смягчающие административную ответственность.

Обстоятельств отягчающих административную ответственность не выявлено.

Обстоятельств, указывающих на малозначительность административного правонарушения, не выявлено.

Время совершения административного правонарушения – 11.10.2018.

Место совершения административного правонарушения – г.Владикавказ, ул.Тхапсаева, 4

Согласно части 1 статьи 14.3 КоАП, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем, или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на юридических лиц в размере **от ста до пятисот тысяч рублей.**

Исходя из вышеизложенного, руководствуясь статьями 2.1, 4.1, 4.2, 4.3,ч.1 ст.14.3, 23.48, ч.1.1 ст.29.9, КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛА:

1. Признать ООО «Альда» виновным в совершении административного правонарушения, выразившегося в нарушении требований части 7 статьи 5 Закона о рекламе, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

2. Назначить ООО «Альда» наказание в виде административного штрафа в размере **100 000 (ста тысяч) рублей ноль копеек.**

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 КоАП штраф должен быть уплачен не позднее 60 дней со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5 КоАП сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме.

Копию документа, подтверждающего уплату административного штрафа, лицо, привлеченное к административной ответственности, направляет должностному лицу, вынесшему постановление, по факсу 8672-54-52-52.

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа, но не менее одной тысячи рублей, либо административный арест на срок до пятнадцати суток, либо обязательные работы на срок до пятидесяти часов.

В соответствии с пунктом 3 части 1 и частью 3 статьи 30.1 КоАП, а также частью 1 статьи 30.3 КоАП постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статьи 31.1 КоАП 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.

Руководитель **Р.Р. Плиев**