ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания

по делу № 058/04/14.3-243/2019
об административном правонарушении

04 июля 2019 года **г. Пенза, ул. Урицкого, 1**

Я, руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Пензенской области , рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении №058/04/14.3-243/2019, возбужденного в отношении общества с ограниченной ответственностью , в связи с совершением деяния, содержащего состав административного правонарушения, предусмотренного частями 1, 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

УСТАНОВИЛ:

На рассмотрение поступил протокол от 03.06.2019 №058/04/14.3-243/2019 об административном правонарушении, составленный главным специалистом-экспертом отдела контроля органов власти и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Пензенской области (далее – Пензенское УФАС России) в отношении ООО , в связи с совершением деяния, ответственность за которое предусмотрена частями 1, 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ).

Из протокола об административном правонарушении от 07.05.2019 №058/04/14.3-243/2019 и материалов дела следует.

Пензенским УФАС России было рассмотрено дело № 3-01/11-2019 о нарушении законодательства о рекламе в отношении ООО по факту нарушения пункта 2 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, пункта 2 части 1 статьи 25 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее ФЗ «О рекламе»).

Распространяемая ООО реклама решением Комиссии Пензенского УФАС России от 30 апреля 2019 года в соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» признана ненадлежащей.

В соответствии с частью 1 статьи 28.1 КоАП РФ непосредственное обнаружение должностными лицами, уполномоченными составлять протоколы об административных правонарушениях, достаточных

данных, указывающих на наличие события административного правонарушения, является поводом к возбуждению дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 настоящего Кодекса.

На рассмотрение настоящего дела 04.07.2019 представитель ООО не явился. Все почтовые отправления (с определениями о месте и времени рассмотрения дела № 058/04/14.3-243/2019), направляемые по адресу Общества, возвращались в Пензенское УФАС России с пометкой: «истек срок хранения».

Пензенское УФАС России предприняло все меры для установления и обеспечения надлежащего уведомления ООО.

Согласно Постановлению Пленума ВАС РФ от 30.07.2013 №61 «О некоторых вопросах практики рассмотрения споров, связанных с достоверностью адреса юридического лица» 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, в рамках производства по делу об административном правонарушении, за исключением случаев, когда соответствующие данные внесены в ЕГРЮЛ в результате неправомерных действий третьих лиц или иным путем помимо воли юридического лица.

С учетом вышеизложенного, считаю возможным рассмотреть дело в отсутствие представителя ООО .

Рассмотрев материалы настоящего административного дела, прихожу к следующему.

Факт совершения представитель ООО действий по распространению ненадлежащей рекламы доказан в ходе рассмотрения дела о нарушении законодательства о рекламе и подтверждается представленными доказательствами.

Из материалов настоящего административного дела и дела о нарушении законодательства о рекламе № 3-01/11-2019 следует, что в январе-феврале 2019 года на фасаде здания по адресу: г. Пенза, ул. Урицкого размещены 3 баннера с рекламой следующего содержания.

Первый баннер: В центральной части рекламы крупными буквами выполнена надпись: Армия Безопасного похудения. В центре рекламы изображены банки с надписью: KILO LIGHT снижение веса. Выполнена надпись: похудела на 100 кг… с изображением девушки до и после похудения. Внизу большими буквами выполнена надпись: не является лекарственным средством;

Второй баннер: Изображены банки с надписью: KILO LIGHT снижение веса. Большими буквами выполнена надпись: безопасное похудение. Доставка до двери.

Третий баннер: Большими буквами выполнена надпись: вступай в ряды армии безопасного похудения. #культтела3. С изображением девушки (в руке держит банку с надписью: KILO LIGHT снижение веса).

В соответствии со статьёй 3 ФЗ «О рекламе» рекламой является информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. При этом под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Иными словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять следующим условиям, а именно:

-предназначаться для неопределенного круга лиц;

-привлекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;

-способствовать продвижению объекта рекламирования (товара) на рынке.

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

Согласно статье 3 ФЗ «О рекламе» в целях настоящего Федерального закона используются следующие основные понятия: товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, распространяемая по адресу: г. Пенза, ул. Урицкого, содержит все определяющие правовые признаки рекламы, позволяющие квалифицировать ее именно в этом качестве и отличить от информации нерекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; преследует строго заданные цели информирования: формирует и поддерживает интерес к объектам рекламирования и способствует их продвижению на рынке аналогичных услуг (по своему характеру разовым предложением не является) следовательно, является рекламой.

Объектом рекламирования является: средство «KILO LIGHT».

В рекламе содержится информация: безопасное похудение (с изображение банок со средством KILO LIGHT).

В соответствии с положениями части 7 статьи 5 ФЗ «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.

В соответствии с пунктом 2 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

Утверждение в рекламе: «безопасное похудение» (с изображение банок со средством KILO LIGHT), подразумевает, что средство «KILO LIGHT» безопасно для всех и не имеет противопоказаний.

Вместе с тем, согласно информации, размещенная на сайте https://www.lsgeotar.ru/, «KILO LIGHT» является биологически активной добавкой к пище , производитель ООО «П». Противопоказания: индивидуальная непереносимость компонентов, беременность, кормление грудью.

Потребитель при выборе товара (услуги) посредством восприятия рекламы делает свой выбор исходя из самой запоминающейся, самой понятной и самой в его понимании необходимой информации. В большинстве случаев используемые в рекламной информации фразы трактуются рядовым потребителем рекламы буквально. Потребитель, не имеет обязанности проведения анализа рекламы, проверки достоверности и достаточности заявленных в ней сведений.

В соответствии с пунктом 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами ФЗ «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.

Поскольку в рассматриваемой рекламе содержится указание «безопасное похудение», из чего можно сделать вывод о том, что для всех (в т.ч. беременных, у кого индивидуальная непереносимость) KILO LIGHT безопасен, то в данном случае установлено нарушение пункта 2 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе», поскольку информация о характере рекламируемых услуг является

недостоверной.

Кроме того, вышеуказанная реклама содержит ссылки на конкретные случаи излечения (похудения) людей, улучшения их состояния в результате применения средства «KILO LIGHT», на что указывает изображение девушки до и после похудения («похудела на 100 кг…»).

В соответствии с пунктом 2 части 1 статьи 25 ФЗ «О рекламе» реклама биологически активных добавок и пищевых добавок не должна содержать ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения таких добавок.

Согласно статье 1 Федерального закона от 02.01.2000 №29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов» биологически активные добавки - природные (идентичные природным) биологически активные вещества, предназначенные для употребления одновременно с пищей или введения в состав пищевых продуктов, а пищевые добавки - природные или искусственные вещества и их соединения, специально вводимые в пищевые продукты в процессе их изготовления в целях придания пищевым продуктам определенных свойств и (или) сохранения качества пищевых продуктов.

В рассматриваемой рекламе указана надпись «не является лекарственным средством».

В соответствии с реестром свидетельств о регистрации «KILO LIGHT» является биологически активной добавкой к пище.

При производстве и размещении рекламы биологически активных добавок и препаратов должны соблюдаться требования, установленные статьей 25 ФЗ «О рекламе.

Согласно пункту 23 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.12.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» при применении данной нормы судам следует учитывать, что реклама биологически активных добавок (пищевых добавок) может быть признана создающей впечатление, что они являются лекарственными средствами, то есть обладают лечебным эффектом, тем более, если в такой рекламе содержится название заболевания (или его симптоматика) и одновременное упоминание продукта как средства, оказывающего лечебно-профилактический эффект.

Рассматриваемая реклама содержит ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения средства «KILO LIGHT», на что указывает изображение девушки до и после похудения («похудела на 100 кг…»).

Таким образом, рассматриваемая реклама нарушает требования пункта 2 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, пункта 2 части 1 статьи 25 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Пунктом 5, 6, 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе» предусмотрены понятия рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя. Рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель – лицо осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель – лицо осуществляющее распространение рекламы любым способом в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частями 2-8 статьей 5, статьей 25 законодательства Российской Федерации о рекламе несет рекламодатель.

В силу части 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение части статьи 25 ФЗ «О рекламе» несет рекламораспространитель.

Установлено, что собственником здания по адресу: г. Пенза, ул. Урицкого, является ООО .

Комиссия Пензенского УФАС России на основе собранных доказательств пришла к выводу о том, что рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ООО .

Действия ООО были квалифицированы Комиссией Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, как нарушение требований пункта 2 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, пункта 2 части 1 статьи 25 ФЗ «О рекламе», а распространяемая реклама признана ненадлежащей.

На основании части 1 статьи 14.3 Кодекса об административных правонарушениях Российской Федерации (далее – КоАП РФ) нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2-6 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, - 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 рублей до пятисот тысяч рублей.

основании части 5 статьи 14.3 Кодекса об административных вонарушениях Российской Федерации (далее – КоАП РФ) нарушение ановленных законодательством о рекламе требований к рекламе арственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, в том числе одов лечения, а также биологически активных добавок - влечет наложение

инистративного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч ісот рублей; на должностных лиц – от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей; ɔридических лиц - от двухсот тысяч рублей до пятисот тысяч рублей.

:то совершения административного правонарушения: г. Пенза.

ия совершения административного правонарушения: январь-февраль 2019 г.

Таким образом, в действиях ООО , содержится состав административного правонарушения, ответственность за которое наступает по части 1, 5 статьи 14.3 КоАП РФ.

ɔответствии с частью 1 статьи 3.1 КоАП РФ, административное наказание іется установленной государственной мерой ответственности за совершение инистративного правонарушения и применяется в целях предупреждения ɜршения новых правонарушений, как самим правонарушителем, так и другими ами.

илу ч. 1 ст. 4.1 КоАП РФ административное наказание за совершение инистративного правонарушения назначается в пределах, установленных ɔном, предусматривающим ответственность за данное административное вонарушение, в соответствии с настоящим Кодексом.

Частью 2 статьи 14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность в виде административного штрафа на должностных лиц в размере от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от двухсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

сте с тем, в соответствии с ч.1 ст.4.1.1. КоАП РФ являющимся субъектами ого и среднего предпринимательства лицам, осуществляющим дпринимательскую деятельность без образования юридического лица, и ідическим лицам, а также их работникам за впервые совершенное инистративное правонарушение, выявленное в ходе осуществления ʼдарственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если начение административного наказания в виде предупреждения не дусмотрено соответствующей статьей раздела 2 настоящего Кодекса или ɔна субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, инистративное наказание в виде штрафа подлежит замене на дупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных частью 2 статьи настоящего Кодекса.

:илу ч.1,2 ст.3.4 КоАП РФ предупреждение – мера административного азания, выраженная в официальном порицании физического или ідического лица. Предупреждение выносится в письменной форме. дупреждение устанавливается за впервые совершенные административные вонарушения при отсутствии причинения вреда или возникновения угрозы нинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного а, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории ʼльтуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы звычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при

/тствии имущественного ущерба.

де рассмотрения дела установлено, что в соответствии с реестром субъектов ого и среднего предпринимательства Федеральной налоговой службы по зенской области, ООО является микропредприятием. Ранее к инистративной ответственности за нарушение законодательства о рекламе ıривлекалось. Совершенное ООО правонарушение не причиняет вреда и не ıдает угрозу возникновения причинения вреда жизни и здоровью людей, эктам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам ıтурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской ıерации, безопасности государства, чрезвычайных ситуаций природного и ıогенного характера, а также не причиняет имущественный ущерб.

ıасно п.4 ст.26.1 КоАП РФ по делу об административном правонарушении ıежит выяснению обстоятельства, смягчающие административную ятственность, и обстоятельства, отягчающие административную ятственность.

В качестве смягчающих обстоятельств признаются нарушение законодательства о рекламе впервые.

Обстоятельства, отягчающие административную ответственность, не установлены.

В соответствии с частью 1 статьи 25.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

ıывая характер совершенного О О О административного правонарушения, ıоятельства, смягчающие административную ответственность, руководствуясь ıьями 3.2, 3.4, 4.1.1, 4.2, 4.3, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать ООО виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частями 1, 5 статьи 14.3 КоАП РФ, и назначить ему наказание в виде предупреждения.