

<...>

<...>

г. Барнаул, 656065

<...>

ПОСТАНОВЛЕНИЕ №17

о назначении административного наказания

по делу №022/04/14.3-124/2020 об административном правонарушении

11 марта 2020г. г. Барнаул

Я, заместитель руководителя управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю <...>, рассмотрев протокол №14 и материалы дела №022/04/14.3-124/2020 об административном правонарушении, возбужденного в отношении должностного лица ООО «Твоё» директора магазина (структурное подразделение ТД_РЦ_Барнаул_Арена) - <...> (далее – <...>),

УСТАНОВИЛ:

Должностное лицо ООО «Твоё» - <...> на рассмотрение дела об административном правонарушении не явилась, направила ходатайство о рассмотрении дела в ее отсутствие (вхд.№202343 от 26.02.2020г.).

В соответствии с ч.2 ст.25.1 КоАП РФ дело об административном правонарушении рассматривается с участием лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении. В отсутствие указанного лица дело может быть рассмотрено лишь в случаях, предусмотренных ч.3 ст.28.6 КоАП РФ, либо если имеются данные о надлежащем извещении лица о месте и времени рассмотрения дела и если от лица не поступало ходатайство об отложении рассмотрения дела либо если такое ходатайство оставлено без удовлетворения.

Лицо, в отношении которого ведется производство по делу надлежащим образом извещено о дате, времени и месте рассмотрения дела об административном правонарушении. Копию определения о назначении времени и места рассмотрения дела <...> получила лично 26.02.2020г.

В соответствии со ст.29.7 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях принято решение о рассмотрении дела в отсутствие лица, привлекаемого к административной ответственности.

Согласно протоколу об административном правонарушении №14 от 26.02.2020г. и материалам дела №022/04/14.3-124/2020 <...> было допущено нарушение п.4 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе» и содержится состав административного правонарушения, предусмотренный ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Данное обстоятельство выразилось в следующем.

28.10.2019г. в Алтайское краевое УФАС России поступило заявление гражданина

РФ по факту размещения в магазине «ТВОЕ», расположенном в ТРЦ «Арена» по адресу: г. Барнаул, Павловский тракт, д.188, рекламы следующего содержания: «SALE 499 299p трусы 2 пары *распродажа *выборочные модели», «SALE 899 299p набор трусов 7 пар *распродажа *выборочные модели».

В соответствии со ст.3 Федерального закона «О рекламе», под рекламой понимается 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.

Согласно п.2 ст.3 Федерального закона «О рекламе» объект рекламирования – 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.

Обозначенная выше информация полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», закрепленному в ст.3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к предлагаемым акциям в магазине «ТВОЕ».

Согласно п.4 ч.3 ст.5 Федерального 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.

Из содержания заявления следует, что консультанты в магазине «ТВОЕ» заявителю пояснили, что 2 пары трусов это 2 штуки трусов, а не 4, соответственно 7 пар трусов это 7, а не 14 штук, в результате чего заявителю отказали в продаже товара на заявленных в акции условиях.

В рассматриваемой рекламной акции используются словосочетания «трусы 2 пары», «набор трусов 7 пар».

В соответствии с толковым словарем Д.Н. Ушакова, пара, пары, - два однородные предмета, вместе употребляемые и составляющие одно целое, комплект (Пара сапог. Пара подсвечников. Пара белья. Подобрать вещь под пару. Пара весел).

Трусы, это одиночный предмет нижнего белья и, поэтому правильно говорить одни трусы или просто – трусы. Слово пара используется для обозначения двух однородных или одинаковых предметов, употребляемых вместе и составляющих одно целое: пара чулок, пара ботинок. Только это значение слова пара (применительно к одежде) является общеупотребительным и стилистически нейтральным. Сочетание «пара трусов» для обозначения одного предмета (а не двух) уместно только в разговорной речи.

Согласно Общероссийскому классификатору единиц измерения, пара – это международная единица измерения, включенная в Единую систему классификации и кодирования технико-экономической и социальной информации РФ (ЕСКК). Экономическая единица пара – это 2 штуки.

Сообщая потребителям не соответствующие действительности сведения, недостоверная реклама способна ввести их в заблуждение и нарушить охраняемые законом права или интересы. Рекламная информация формирует интерес к товару или услуге и направлена на формирование у потребителей желания ими воспользоваться. Поэтому существенной является информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой.

Рассматриваемая информация: «SALE 499 299р трусы 2 пары *распродажа *выборочные модели», «SALE 899 299р набор трусов 7 пар *распродажа *выборочные модели», размещенная на кассовом столе магазина, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (товар магазина «ТВОЕ» - трусы, проводимая акция), формирование или поддержание интереса к ним и его продвижению на рынке. Целью распродажи является увеличение спроса на рекламируемый товар (трусы). Таким образом, рассматриваемая информация отвечает всем признакам рекламы.

Согласно Письму ФАС России от 20.06.2018г. №АД/45557/18 «Об оценке неопределенного круга лиц в рекламе», по мнению специалистов ФАС России, если информация отвечает признакам рекламы и имея некую целевую аудиторию (например, клиенты компании, зрители телеканала, прохожие определенной территории), формирует интерес у неопределенного круга лиц, соответственно, выходит за пределы своей целевой аудитории, такая информация является рекламой и попадает под регулирование Федерального закона «О рекламе».

В указанной заявителем информации: «SALE 499 299р трусы 2 пары *распродажа *выборочные модели», «SALE 899 299р набор трусов 7 пар *распродажа *выборочные модели», содержатся сведения о конкретном товаре (трусы) и об условиях его приобретения («499 299р трусы 2 пары», «899 299р набор трусов 7 пар»). Таким образом, данная информация содержит все признаки рекламы и является рекламой по определению.

В соответствии с п.1 ст.9 Федерального закона «О защите прав потребителей», изготовитель (исполнитель, продавец) обязан довести до сведения потребителя фирменное наименование (наименование) своей организации, место ее нахождения (адрес) и режим ее работы. Продавец (исполнитель) размещает указанную информацию на вывеске.

Согласно п.1 ст.10 Федерального закона «О защите прав потребителей», изготовитель (исполнитель, продавец) обязан своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию о товарах (работах, услугах), обеспечивающую возможность их правильного выбора. По отдельным видам товаров (работ, услуг) перечень и способы доведения информации до потребителя устанавливаются Правительством Российской Федерации.

Основное отличие обычая делового оборота от рекламы в том, что его цель – не формирования или поддержания интереса к продавцу и его товару, а информирование третьих лиц о наличии продавца (магазина) как такового.

В рассматриваемой рекламе наименование организации, место ее нахождения и режим работы отсутствуют, следовательно, информация: «SALE 499 299р трусы 2 пары *распродажа *выборочные модели», «SALE 899 299р набор трусов 7 пар

*распродажа *выборочные модели», не обязательна к размещению в силу закона или в силу обычая делового оборота.

Согласно п.4 ст.3 Федерального закона «О рекламе» ненадлежащая реклама – реклама, несоответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии со ст.38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требований, установленных п.4 ч.3 ст.5 настоящего Федерального закона несет рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Материалами дела установлено, что рекламодателем является ООО «Твоё» (ИНН 7706741162, ОГРН 1107746597782).

Из представленных ООО «Твоё» документов (вхд.201619 от 12.02.2020г.) установлено, что лицом, ответственным за совершенное правонарушение, является директор магазина (структурное подразделение ТД_РЦ_Барнаул_Арена) - <...>.

Согласно с п.2.5.8 Должностной инструкцией директора магазина должен контролировать организацию подготовки и проведения в магазине рекламных акций и других специальных мероприятий для покупателей (информирование и обучение персонала, организация специальной маркировки изделий, размещение рекламы и др.).

В соответствии с приказом №181-б/п/р от 03.07.2018г., <...> принята на работу на должность старшего продавца-кассира, 17.10.2018г. переведена на должность директора (Приказ №487-кп).

17.12.2020г. Комиссией управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе установлен факт нарушения ООО «Твоё» требования п.4 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ч.4 ст.38 Федерального 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.

Согласно ст.2.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

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. Лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, несут административную ответственность как должностные лица.

В соответствии с ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, - 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.

<...> имела реальную возможность обеспечить соблюдение законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении рассматриваемой рекламы, но не приняла к тому надлежащих мер, что привело к нарушению п.4 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе» и влечет административную ответственность в соответствии с ч.1 ст.14.3 КоАП.

Субъективная сторона правонарушения, предусмотренного ч.1 ст.14.3 КоАП РФ, характеризуется умышленной формой вины или совершенной по неосторожности.

У <...> имелась возможность для соблюдения правил и норм, установленных законодательством Российской Федерации о рекламе, но не были приняты все зависящие от нее меры по их соблюдению, следовательно, в действиях <...> имеется вина в совершении правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Антимонопольным органом не установлено обстоятельств, находящихся вне контроля <...> и препятствующих исполнению обязанностей по соблюдению законодательства о рекламе.

Объективная сторона правонарушения, предусмотренного ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, составляет действия лица, выражающиеся в нарушении законодательства о рекламе.

Непринятие <...> должных мер по соблюдению требования п.4 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе», привело к нарушению законодательства РФ о рекламе, что образует окончанный состав административного правонарушения и влечет ответственность в соответствии с ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

26.02.2020г. протокол об административном правонарушении был составлен в присутствии <...>. Копию протокола <...> получила лично.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, в соответствии со ст.4.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, не установлено.

Установлены смягчающие обстоятельства, предусмотренные п.2 ч.1 ст. 4.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, а именно: добровольное прекращение противоправного поведения лицом, совершившим административное правонарушение, а также наличие на иждивении двух детей один из которых является малолетним.

Должностное лицо ООО «Твоё» директор магазина <...> впервые совершила нарушение рекламного законодательства, материалы, свидетельствующие о причинении имущественного ущерба либо вреда жизни и здоровью людей,

объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, отсутствуют.

Согласно ч.1 ст.4.1.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных частью 2 статьи 3.4 настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 настоящей статьи.

Однако, в связи с тем, что ООО «Твое» не входит в реестр субъектов малого и среднего предпринимательства, ст.4.1.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях не подлежит применению.

Руководствуясь статьями 4.1, 14.3, 23.48, 28.3, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

признать виновной должностное лицо ООО «Твое» директора магазина (структурное подразделение ТД_РЦ_Барнаул_Арена) <...> в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч.1 ст.14.3 КоАП РФ, и назначить ей наказание в виде штрафа 4000 (четыре тысячи) рублей.

В соответствии с ч.1 ст.32.2 КоАП РФ 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 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Административный штраф должен быть перечислен по следующим реквизитам:

УИН: <...>

Р/С: 40101810350041010001 БАНК-Отделение Барнаул г. Барнаул

БИК Банка получателя: 040173001

ИНН: 2221022528, КПП: 222501001 Управление Федерального казначейства по Алтайскому краю (Алтайское краевое УФАС России)

ОКТМО: 01701000

Код дохода: 161 1 16 01141 01 0003 140

Назначение платежа: денежные взыскания (штрафы) за нарушение законодательства о рекламе.

В соответствии с ч.5 ст.3.5 КоАП РФ сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме. Согласно ч.9 ст.38 Федерального закона «О рекламе», суммы штрафов за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе и неисполнение предписаний антимонопольного органа зачисляются в бюджеты бюджетной системы Российской Федерации в следующем порядке:

- 1) в федеральный бюджет – 40 процентов;
- 2) в бюджет субъекта Российской Федерации, на территории которого зарегистрированы юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, допустившие нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе – 60 процентов.

Согласно ч.5 ст.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 шестидесяти дней со срока, указанного в части 1 настоящей статьи, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, направляют соответствующие материалы судебному приставу-исполнителю для взыскания суммы административного штрафа в порядке, предусмотренном федеральным законодательством. Кроме того, должностное лицо федерального органа исполнительной власти, его учреждения, структурного подразделения или территориального органа, а также иного государственного органа, уполномоченного осуществлять производство по делам об административных правонарушениях (за исключением судебного пристава-исполнителя), составляет протокол об административном правонарушении, предусмотренном ч.1 ст.20.25 КоАП РФ, в отношении лица, не уплатившего административный штраф. Копия протокола об административном правонарушении направляется судье в течение трех дней со дня составления указанного протокола.

Согласно ч.1 ст.20.25 КоАП РФ 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 ч.4 ст.4.1 КоАП РФ назначение административного наказания не освобождает лицо от исполнения обязанности, за неисполнение которой административное наказание было назначено.

В соответствии со ст.30.1 и ст.30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно ч.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.

Дата вынесения постановления: 11 марта 2020г.

Срок предъявления постановления к исполнению – 2 года.

Заместитель руководителя управления

Советник ГГС РФ 1 класса <...>