

Астафьева Татьяна Юрьевна

<...>

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении штрафа по делу № 03-06/15-2018 об административном правонарушении

«17» августа 2017 года

г. Архангельск

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Архангельской области (далее по тексту – Архангельское УФАС России), Цакулов Юрий Геннадьевич, рассмотрев протокол от 03.08.2018 по делу 03-06/15-2018 об административном правонарушении и иные материалы дела № 03-06/15-2018 об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее по тексту – КоАП РФ), **в отношении <...>** (гражданка Российской Федерации, паспорт серии; ИНН; семейное положение, лица, находящиеся на иждивении, совокупный доход, финансовое состояние, место работы, должность — не представлены),

В ОТСУТСТВИЕ:

- лица, в отношении которого ведется производство по делу № 03-06/15-2018 об административном правонарушении – <...>, надлежащим образом извещенной о дате, времени и месте рассмотрения дела № 03-06/15-2018 об административном правонарушении, на рассмотрение настоящего дела не явилась, представителей для участия в рассмотрении дела № 03-06/15-2018 не направила.

В соответствии с ч. 2 ст. 25.1 КоАП РФ дело № 03-06/15-2018 об административном правонарушении рассмотрено в отсутствие <...>.

УСТАНОВИЛ:

В журнале «Мэгэзин» выпуск № 10 (130) от 01.09.2017 (учредитель ООО «Печатные проекты») на странице 79 выявлена информация следующего содержания: *«Раннее бронирование новогодних туров по лучшим ценам в сентябре турагентство Boreal Tour Архангельск Троицкий, 63, 1 этаж (8182) 65-39-39 Intour@atnet.ru»* с признаками нарушения п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту - ФЗ «О рекламе»).

Решением Комиссии Архангельского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 06.03.2018 по делу № 03-05/45-17 рассматриваемая реклама признана ненадлежащей, поскольку распространена с нарушением п. 1 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

Материалы дела № 03-05/45-17 являются неотъемлемым приложением к материалам настоящего дела об административном правонарушении.

Рассматриваемая информация распространяется посредством рекламного объявления в журнале «Мэгэзин», адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования — новогодним турам, формирует и поддерживает интерес к объекту рекламирования и его продвижение на рынке, т.е. отвечает законодательному определению рекламы, приведенному в п. 1 ст. 3 ФЗ «О рекламе».

Несмотря на то, что в данном случае говорится только о предположении рекламодателя относительно своего преимущества перед другими компаниями, подобная реклама вводит потребителей в заблуждение, так как слово «лучшим» не меняет смысла используемого выражения и, по сути, содержит в себе сведения о преимуществах рекламируемых услуг турагентства «Boreal Tour».

В силу ч. 11 ст. 5 ФЗ «О рекламе» при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

Частью 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» предусмотрено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

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. (п. 1 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе»).

В рассматриваемом случае имеет место реклама, не отвечающая требованиям пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствие с п. 29 Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.20112 № 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 слова «лучший», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Объективного подтверждения слова «лучшие» <...> не представлено.

В заседании комиссии 21.12.2017 по делу № 03-05/45-17 представитель <...> сообщил следующее: туристическая компания «Voreal Tour» не зарегистрирована как юридическое лицо, в связи с чем материалы и документы, запрошенные определением от 21.11.2017, предоставить нет возможности. Заказ на размещение рекламы осуществляла <...>, однако проект рекламного модуля и его содержание не утверждала.

В соответствие с письмом ФАС России от 31.05.2016 № АК/36350/16 «О разъяснении отдельных положений Федерального закона «О рекламе» рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п. 5 ст. 3 ФЗ «О рекламе»). Из указанного определения следует, что рекламодателем может быть как лицо, заинтересованное в реализации объекта рекламирования (изготовитель товара, продавец товара, лицо, оказывающее услуги), так и иное лицо, если указанное лицо совершило действия по выбору объекта

рекламирования (под которым понимается товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама) и содержания рекламной информации. При этом отнесение того или иного лица к рекламодателю осуществляется исходя из объекта рекламирования, к которому формируется интерес в рекламе, условий договора о распространении рекламы, а также иных обстоятельств распространения рекламы. К договорам, заключаемым на распространение рекламы, применяются общие положения Гражданского кодекса Российской Федерации о сделках. Согласно пункту 1 статьи 182 Гражданского кодекса Российской Федерации сделка, совершенная одним лицом (представителем) от имени другого лица (представляемого) в силу полномочия, основанного на доверенности, указании закона либо акте уполномоченного на то государственного органа или органа местного самоуправления, непосредственно создает, изменяет и прекращает гражданские права и обязанности представляемого. Так, в случае если реклама размещается на основании договора, заказчиком рекламы по которому выступает физическое лицо - законный представитель юридического лица, или уполномоченный представитель юридического лица, и такого рода договор заключается в интересах юридического лица, то рекламодателем такой рекламы признается данное юридическое лицо, в том числе поскольку в силу объекта рекламирования и обстоятельств распространения рекламы данное юридическое лицо заинтересовано в распространении рекламы.

Учитывая указанное, рассматриваемая реклама распространена с нарушением п. 1 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

Таким образом, в данном случае имеет место реклама, не отвечающая требованиям ФЗ «О рекламе». В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение п. 1 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

Рекламодателем в соответствии с п. 5 ст. 3 ФЗ «О рекламе» - *изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо*) спорной рекламы является <...>, о чем свидетельствуют: договор на размещение рекламы в журнале Мэгэзин № 22/1 от 01.09.2017 с приложением № 1 к договору, счет № 365 от 01.09.2017, акт № 000365 от 01.09.2017, счет-фактура № 00365 от 01.09.2017.

Согласно ч. 4 ст. 38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

В силу ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее по тексту – КоАП РФ) нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или 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 до пятисот тысяч рублей.

03.08.2018 ведущим специалистом-экспертом отдела антимонопольного контроля и рекламы Архангельского УФАС России Ипатовой Т.В., в отношении <...> составлен протокол по делу № 03-06/15-2018 об административном правонарушении, согласно которому <...> вменяется совершение административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Административным правонарушением на основании ч. 1 ст. 2.1 КоАП РФ 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. 2 ст. 2.2 КоАП РФ административное правонарушение признается совершенным по неосторожности, если лицо, его совершившее, предвидело возможность наступления вредных последствий своего действия (бездействия), но без достаточных к тому оснований самонадеянно рассчитывало на предотвращение таких последствий либо не предвидело возможности наступления таких последствий, хотя должно было и могло их предвидеть.

<...> достаточных мер для проверки соблюдения требований, установленных законодательством Российской Федерации о рекламе, не предприняла, несмотря на то, что могла это сделать, то есть самонадеянно устранилась от обеспечения прав потребителей рекламы.

Объектом административного правонарушения является установленные законодательством ограничения о недопустимости ненадлежащей рекламы.

Несоблюдение указанных ограничений и требований является отражением объективной стороны.

Субъектом указанного административного правонарушения является <...>.

Субъективная сторона административного правонарушения характеризуется формой неосторожной вины.

Основания, свидетельствующие о малозначительности вмененного <...> в вину рассматриваемого деяния, отсутствует в силу следующего.

Статья 2.9 КоАП РФ предусматривает, что при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, орган, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

Указанная норма является общей и может применяться к любому составу административного правонарушения, предусмотренного КоАП РФ, если судья, орган, рассматривающий конкретное дело, признает, что совершенное правонарушение является малозначительным.

Применение ст. 2.9 КоАП РФ при рассмотрении дел об административном правонарушении является правом, а не обязанностью.

Пунктом 18 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» разъяснено, что при квалификации правонарушения в качестве малозначительного судам необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения. Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям.

Кроме того, согласно абз. 3 п. 18.1 названного постановления квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях и производится с учетом положений п. 18 данного постановления применительно к обстоятельствам конкретного совершенного лицом деяния.

По смыслу ст. 2.9 КоАП РФ оценка малозначительности деяния должна соотноситься с характером и степенью общественной опасности, причинением вреда либо с угрозой причинения вреда личности, обществу или государству. Таким образом, административные органы обязаны установить не только формальное сходство содеянного с признаками того или иного административного правонарушения, но и решить вопрос о социальной опасности деяния.

В соответствии со ст. 1 ФЗ «О рекламе» целями настоящего закона являются реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

ФЗ «О рекламе» прямо требует обеспечения потребителей достоверной информацией, которая необходима для реализации предоставленных возможностей.

В данном случае несоответствие рассматриваемой рекламы требованиям ФЗ «О рекламе» нарушает права и законные интересы потребителей на получение полной информации, что представляет собой существенную угрозу охраняемым правом общественным отношениям в сфере потребительского рынка.

По юридической конструкции правонарушение, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, образует формальный состав. В связи с этим существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается не в наступлении каких-либо материальных последствий в результате допущенного правонарушения, а в пренебрежительном отношении <...> к исполнению своих публично-правовых обязанностей, к формальным требованиям публичного права.

При назначении административного наказания принимается во внимание, что ранее <...> к административной ответственности за совершение административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, не привлекалась.

С учетом вышеизложенного и руководствуясь ст. 2.4, ст. 4.2, ч. 1 ст. 14.3, ст. 23.48, ст. 29.9, ст. 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать <...> виновной в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.
2. Назначить <...> административное наказание в виде административного штрафа в минимальном размере 2 000 (Две тысячи) рублей.

Штраф перечислить:

Получатель: Управление Федерального казначейства по Архангельской области (Архангельское УФАС России);

ИНН 2901061919;

КПП 290101001;

ОКТМО 11701000;

р/сч 40101810500000010003 в Отделении Архангельск, г. Архангельск;

БИК: 04111701;

КБК 16111641000016000140;

ОКТМО: 11701000;

Назначение платежа – административный штраф по делу об административном правонарушении № 03-06/15-2018;

ID плательщика: 0100000000001101444622643;

УИН плательщика: 16122081700001325213.

Согласно п. 3 ч. 2 ст. 30.1 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано лицами, указанными в [статьях 25.1 - 25.5](#) настоящего Кодекса, вынесенное должностным лицом - в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в районный суд по месту рассмотрения дела.

В соответствии с ч. 1 ст. 30.3 КоАП РФ жалоба на постановление по делу об административном правонарушении может быть подана в течение 10 (десяти) суток 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.

В соответствии с ч. 1 ст. 32.2 КоАП РФ административный штраф должен быть уплачен в полном размере лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу, за исключением случая, предусмотренного частью 1.1 или 1.3 настоящей статьи, либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 настоящего Кодекса.

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 срока, указанного в части 1 или 1.1 настоящей статьи, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, изготавливают второй экземпляр указанного постановления и направляют его в течение десяти суток (а в случае, предусмотренном частью 1.1 настоящей статьи, в течение одних суток) судебному приставу-исполнителю для исполнения в порядке, предусмотренном федеральным законодательством. В случае изготовления второго экземпляра постановления о наложении административного штрафа в форме электронного документа, юридическая сила которого подтверждена усиленной квалифицированной электронной подписью в соответствии с законодательством Российской Федерации, указанный второй экземпляр направляется судебному приставу-исполнителю в электронном виде по информационно-телекоммуникационным сетям. Кроме того, должностное лицо федерального органа исполнительной власти, структурного подразделения или территориального органа, иного государственного органа, рассмотревших дело об административном правонарушении, либо уполномоченное лицо коллегиального органа, рассмотревшего дело об административном правонарушении, составляет протокол об административном правонарушении,

предусмотренном частью 1 статьи 20.25 настоящего Кодекса, в отношении лица, не уплатившего административный штраф. Протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 настоящего Кодекса, в отношении лица, не уплатившего административный штраф по делу об административном правонарушении, рассмотренному судьей, составляет судебный пристав-исполнитель. Протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 настоящего Кодекса, не составляется в случае, указанном в примечании 1 к статье 20.25 настоящего Кодекса.

Рекомендуем <...> представить в Архангельское УФАС России копию документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа (тел./факс: (8182) 21-54-45).

Заместитель руководителя
Архангельского УФАС России

Ю.Г. Цакулов