

ИП <...>

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания

по делу № 068/04/14.3-628/2019 об административном правонарушении

20 августа 2019 года
г. Тамбов

Я, руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Тамбовской области (Тамбовского УФАС России) Гречишникова Елена Анатольевна, рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении № АПЗ-70/18, возбужденного в отношении ИП <...> по ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ),

в присутствии представителя ИП <...> – <...> по доверенности от 01.06.2019,

УСТАНОВИЛА:

С января 2017 года по 14 июня 2019 года на здании магазина «Мир Мебели&Мастер», расположенного по адресу: Тамбовская обл., г. Котовск, ул. Красногвардейская, д. 24, размещалась информация следующего содержания: «Мир Мебели» сеть мебельных магазинов. Огромный выбор-лучшие цены! Мастер. Центр стройматериалов».

Исходя из статьи 3 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.

Объект рекламирования – товар, средства его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Рассматриваемая реклама адресована неопределенному кругу лиц, направлена, прежде всего, на продвижение реализуемых товаров магазина «Мир Мебели&Мастер» и привлечение клиентов, указанное в рекламе словосочетание воспринимается не просто как информация о торговой точке, а именно как реклама, поскольку формирует интерес потребителей к приобретению указанной в рекламе продукции и способствуют возникновению желания купить рекламируемые товары в магазине по лучшим ценам.

Рекламируемые таким образом товары, определяющие сравнительные характеристики предлагаемого ассортимента, посредством использования такого словосочетания как «лучшие цены» несут смысловую нагрузку, связанную с выражением превосходной степени в ценовом сравнении с иными торговыми точками, представленными на рынке. Форма выражения рекламной информации исключает двусмысленность ее восприятия, использование в рекламе данного словосочетания предполагает, что рекламируемая таким образом продукция, предлагаемая в торговой точке, является самой востребованной с точки зрения цены со стороны потребителей, ориентирует клиентов на обращение в указанный магазин для покупки товаров только в данной точке в связи с тем, что только в рассматриваемом месте лучшие цены на все товары.

В соответствии со статьей 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и

недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 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.

В соответствии с пунктом 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 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 слов "лучший", "первый", "номер один", должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Таким образом, для утверждения в рекламе «самый», «лучший», «первый» перед другими продавцами необходимо наличие оснований, позволяющих судить о данном превосходстве.

Указанная реклама создает впечатление, что продавец, указавший в рекламе сравнительную характеристику путем употребления слова «лучший», является «первым», обладает более высокими достоинствами и преимуществами по отношению к другим продавцам. Таким образом, рекламируемые товары представляются потребителю наиболее востребованными с точки зрения цены по сравнению с другими торговыми точками.

Представитель ИП < ... > указал, что в рекламе магазина «Мир Мебели&Мастер» указание «лучшие цены» сделано на основании опроса посетителей за период с 01.12.2016 по 30.12.2016.

Поскольку в вышеуказанной рекламе данное подтверждение отсутствовало, она распространялась в нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе ненадлежащая реклама — реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Таким образом, указанная реклама в соответствии со статьей 3 Закона о рекламе является ненадлежащей.

Статьей 38 Закона о рекламе установлено, что за нарушение требований

части 3 статьи 5 Закона о рекламе ответственность несет рекламодаделец.

ИП <...> письмом от 14.06.2019 (вх. № 3745) сообщила, что рекламный баннер размещен с января 2017 года по настоящее время, макет был разработан предпринимателем лично. В настоящее время внесены изменения в рекламный баннер, добавлена надпись о проведенном опросе в декабре 2016 года.

Таким образом, ИП <...> является рекламодателем указанной рекламы.

Нарушение устранено, в настоящее время в рекламу добавлены основания и критерии, которые позволяют утверждать, что в магазине «Мир мебели» лучшие цены.

В соответствии с частью 4 статьи 38 Закона о рекламе, нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Согласно части 1 статьи 14.3 КоАП РФ, нарушение рекламоделателем, рекламопроизводителем или рекламодателем 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 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.

Таким образом, ИП <...> совершила административное правонарушение, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Уведомлением исх. от 02.07.2019 № 58-3-06/2941 ИП <...> вызвана на составление и подписание протокола об административном правонарушении на 20.08.2019 года в 15 часов 00 минут.

На составление и подписание протокола об административном правонарушении явилась представитель ИП <...> – <...> по доверенности от 01.06.2019.

ИП <...> извещена о дате, времени и месте составления протокола, письмо получено адресатом 04.07.2019.

Представителем ИП <...> – <...> заявлено ходатайство о рассмотрении дела об административном правонарушении № 068/04/14.3-628/2019 (вх. от 20.08.2019 № 5962) в день составления протокола. Ходатайство удовлетворено. На рассмотрении дела представитель ИП <...> – <...> признала нарушение, впредь обязалась подобных ситуаций не допускать, а также указала, что ИП <...> ранее к административной ответственности по ч.

1 ст. 14.3 КоАП РФ не привлекалась.

Дело об административном правонарушении № 068/04/14.3-628/2019 рассматривалось с учетом характера совершенного административного правонарушения, имущественного и финансового положения лица, обстоятельств, смягчающих и отягчающих административную ответственность, в соответствии с частью 2 статьи 4.1 КоАП РФ.

Вина ИП <...> состоит в том, что она нарушила требования законодательства Российской Федерации о рекламе, и не предприняла всех зависящих от нее мер по их соблюдению.

Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение установленных законом требований, при рассмотрении дела не установлены.

Обстоятельств, отягчающих и смягчающих административную ответственность, не установлено.

Правонарушение продолжалось в период с января 2017 года по 14 июня 2019 года, прекращено до принятия решения по делу № 068/05/5-346/2019.

Частью 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ предусмотрена замена административного наказания в виде административного штрафа предупреждением лицам являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства, 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.

Частью 2 статьи 4.1.1. КоАП РФ установлено, что административное наказание в виде административного штрафа не подлежит замене на предупреждение в случае совершения административного правонарушения, предусмотренного статьями 14.31 - 14.33, 19.3, 19.5, 19.5.1, 19.6, 19.8 - 19.8.2, 19.23, частями 2 и 3 статьи 19.27, статьями 19.28, 19.29, 19.30, 19.33 настоящего Кодекса.

Частью 2 статьи 3.4 КоАП РФ указано, что предупреждение устанавливается за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда

жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при отсутствии имущественного ущерба.

В рассматриваемом случае нарушение совершено ИП <...> впервые, не причинило вред, не привело к возникновению угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, отсутствует имущественный ущерб, также установлено, что ИП <...> является субъектом малого предпринимательства.

Рассмотрев дело об административном правонарушении № 068/04/14.3-628/2019, руководствуясь статьями 23.48, частью 1 статьи 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛА:

Привлечь **ИП <...>** к административной ответственности по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ и подвергнуть административному наказанию в виде **предупреждения.**

Согласно части 1 и части 3 статьи 30.1 и части 1 статьи 30.3 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в арбитражный суд в течение 10 суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 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.

Руководитель

Е.А.
Гречишникова

исп. Мясникова А.Н., (4752) 72-93-54