

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания по делу № 036/04/14.3-455/2020 об административном правонарушении

«13» января 2021 года

город Воронеж

Заместитель руководителя – начальник отдела контроля органов власти Управления Федеральной антимонопольной службы по Воронежской области (далее – Воронежское УФАС России) – Логошин Андрей Владимирович, рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении № 036/04/14.3-455/2020, возбужденного в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Фольксваген Груп Рус» (ОГРН 1025005336564, ИНН 5042059767, г. Калуга, ул. Автомобильная, д. 1, 248926, далее – ООО «Фольксваген Груп Рус»), в связи с непосредственным обнаружением государственным инспектором отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Управления Федеральной антимонопольной службы по Воронежской области Лисенко Сергеем Александровичем достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения в сфере предпринимательской деятельности (часть 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях), в отсутствие законного представителя ООО «Фольксваген Груп Рус» (уведомлен надлежащим образом),

УСТАНОВИЛ:

Решением № 036/05/5-269/2020 от 08 июля 2020 года реклама распространенная ООО «Фольксваген Груп Рус» признана ненадлежащей. Указанным решением установлено следующее.

Воронежским УФАС России 17.01.2020 года в ходе осмотра объектов наружной рекламы (рекламных конструкций) выявлено распространение на рекламной конструкции (призматрон), расположенной в непосредственной близости с компьютерным салоном «Сани» (г. Воронеж, ул. 20-летия Октября, 105/1), информации следующего содержания: «Наслаждайтесь зимой. Выгода до 230 000 Р*. SKODA simply Clever. SKODA-AUTO.RU. 8 800 555 01 01. *Выгода достигается при покупке модели SKODA KODIAQ в комплектации AMBITION (АМБИШН) с пакетами WH1 и WE7 при условии сдачи прежнего автомобиля в зачет (Трейд-ин). Срок предложения с 1 по 31 января 2020 года. Автомобили изображенные в рекламе, оснащены дополнительным оборудованием, которое устанавливается за дополнительную плату. Количество автомобилей ограничено. Подробности в салонах официальных дилеров SKODA» (далее вместе – рассматриваемая информация).

Воронежским УФАС России установлено, что рассматриваемая информация распространялась на основании договора № 6391/1 от 01.09.2019 г., заключенного между ООО «Солид Медиа» и ИП <...>.

Определением № 036/05/5-269/2020 от 23.03.2020 г. (исх. № 03-16/1840) Воронежским УФАС России в отношении ООО «Солид Медиа» было возбуждено дело по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе.

Рассмотрение дела № 036/05/5-269/2020 назначено на 11 ч. 00 мин. (мск) 20.04.2020 г.

ООО «Солид Медиа» предоставило в Воронежское УФАС России письменные пояснения (вх. № 01-11/1445 от 15.04.2020 г.), согласно которым указанное Общество является рекламным агентством, которое заключает договоры с клиентами, действующими в интересах рекламодателей, для распространения рекламы последних. Рассматриваемая информация была предоставлена ООО

«Солид Медиа» - ООО «Фольксваген Груп Рус».

Учитывая изложенные обстоятельства, рассмотрение дела № 036/05/5-269/2020 было отложено на 11 ч. 00 мин. (мск) 23.06.2020 г. (Определение № 036/05/5-269/2020 исх. № 03-16/2570 от 22.04.2020 г.). Кроме того, к участию в рассмотрении дела было привлечено ООО «Фольксваген Груп Рус» в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства РФ о рекламе. Кроме того, вышеуказанным Определением у ООО «Фольксваген Груп Рус» была запрошена необходимая информация.

02.06.2020 г. в Воронежское УФАС России от ООО «Фольксваген Груп Рус» поступила информация, истребованная Определением № 036/05/5-269/2020 (исх. № 03-16/2570 от 22.04.2020 г.).

Согласно позиции изложенной ООО «Фольксваген Груп Рус»: «макет размещен таким образом, что потребитель рекламы имеет возможность остановиться и прочитать полный текст рекламы...//...информация под сноской * в данном рекламном макете не является существенной, и ее отсутствие (даже если считать, что указанная информация отсутствует) не искажает смысл информации, отраженной в рекламе и не вводит потребителя в заблуждение относительно ее содержания».

23.06.2020 г. Комиссия, ознакомившись с материалами дела, изучив объяснения, документы, предоставленные лицами, участвующими в деле, установила следующее.

В соответствии с п. 1 ст. 3 ФЗ «О рекламе», реклама - 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.

В соответствии с п. 2 ст. 3 ФЗ «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.

Рассматриваемая информация в соответствии с п. 1 ст. 3 ФЗ «О рекламе» является рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования (автомобили SKODA. Акция «Наслаждайтесь зимой. Выгода до 230 000 Р»), поддерживает интерес к ним и способствует продвижению товара на рынке (далее — рассматриваемая реклама).

Текст: «Наслаждайтесь зимой. Выгода до 230 000 Р*. SKODA simply Clever. SKODA-AUTO.RU. 8 800 555 01 01» выполнен крупным шрифтом, в то время как иная существенная информация, начинающаяся со слов: «Выгода достигается» и заканчивающаяся словами «Подробности в салонах официальных дилеров SKODA», выполнена мелким шрифтом, нечитаемым без использования специальных средств.

В соответствии с ч. 7 ст. 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.

Комиссия не может согласиться с позицией ООО «Фольксваген Груп Рус» относительно размещения рассматриваемой рекламы и возможности её прочтения, по следующим обстоятельствам.

Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его стоимости и приобретении, качестве и потребительских свойствах.

Рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые ФЗ «О рекламе» к рекламе, в частности о включении в рекламу полных сведений и условий приобретения товара.

То обстоятельство, что в положениях ФЗ «О рекламе» не указан размер шрифта текста, не свидетельствует о том, что размер шрифта на распространяемой рекламе может быть любым. Основным условием размещения рекламы является предоставление добросовестной и достоверной информации.

По смыслу ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе» требуется непосредственно в рекламе привести отсутствующую часть существенной информации о товаре, условиях его приобретения или использования, если приведенные в рекламе сведения, ввиду их недостаточности, порождают заблуждение потребителей рекламы. И доведение до всеобщего сведения неопределенного круга лиц существенной информации должно осуществляться способами и в форме, которые позволят каждому из круга неопределенных лиц воспринимать существенную информацию наравне с иными привлекательными для потребителей сведениями.

В случае если фактически условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, способной обмануть их ожидания, сформированные рекламой, представлены в рекламе мелким либо нераспознаваемым шрифтом, не читаемым на значительном расстоянии, такая реклама может привести к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми услугами, товарами.

Размещение привлекательной для потребителя информации крупным шрифтом, а менее привлекательной информации - способом, затрудняющим ее восприятие свидетельствует о недобросовестности такой рекламы.

Так как рассматриваемая реклама является наружной и размещена на призматроне (рекламоноситель, визуальная поверхность которого, благодаря тому, что состоит из трёхгранных поворачивающихся призм, может изменяться через заданный промежуток времени (25 секунд), демонстрируя по очереди каждую из трёх граней) следовательно, она предназначена для восприятия потребителями размещенной на ней информации (относительно быстрого и четкого осознания предлагаемой информации, а также ее понимания и уяснения без совершения действий, направленных на специальное, длительное сосредоточенное внимание).

Вместе с тем, необходимо принимать во внимание факты, снижающие уровень восприятия информации, выполненной в рекламе мелким шрифтом: рекламная конструкция установлена вдоль автомобильной дороги; текст рекламы находится не на уровне глаз потребителя, а на определенной высоте от уровня земли, что снижает уровень восприятия информации, выполненной мелким шрифтом, даже для лица, находящегося в непосредственной близости от рекламной конструкции.

В данном случае, улица 20-летия Октября города Воронежа, на которой расположен рекламный щит, предназначена как для движения транспорта, так и движения пешеходов. Следовательно, спорная реклама направлена для привлечения внимания, в том числе потребителей- водителей и пассажиров автотранспорта. Спорная реклама размещена на стороне рекламного щита по направлению движения транспортного потока, что в свою очередь также свидетельствует о намерении Общества привлечь внимание, в том числе

водителей и пассажиров транспорта. Информация выполненная мелким шрифтом является недоступной для потребителей вследствие отсутствия у потребителя возможности приблизиться к рекламной конструкции, а также ограниченного времени считывания указанной информации из проезжающего по полосе движения транспорта, в связи с чем, потребитель фактически не может получить предусмотренную законом информацию.

Между тем, существенные условия предложения занимают около 5% от всего рекламного полотна площадью 18 кв. м и требуют значительного времени для ее прочтения, что невозможно по определению при движении на транспортном средстве ни в качестве пассажира, ни тем более водителя транспортного средства. При этом значительная высота, на которой размещен рекламный щит, а также мелкий шрифт затрудняет прочтение, а равно восприятие рекламы предложения также пешеходам.

Таким образом, формальное присутствие в рекламе существенной информации, приведенной мелким нечитаемым шрифтом не свидетельствует о доведении до неопределенного круга лиц требуемой информации надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию и вводится в заблуждение относительно предлагаемого товара.

Также, Комиссия не может согласиться с позицией ООО «Фольксваген Груп Рус» относительно того, что информация, выполненная мелким шрифтом не является существенной, по следующим обстоятельствам.

В рассматриваемом случае, потребитель имеет возможность ознакомиться с информацией выполненной крупным шрифтом, а именно: «Наслаждайтесь зимой. Выгода до 230 000 Р*». Таким образом, потребитель имеет основания предполагать, что весь модельный ряд автомобилей SKODA реализуется по цене ниже на 230 000 Р, той цены, что существовала на указанные автомобили до размещения спорной рекламы.

Согласно толковому словарю Ушакова (Толковый словарь русского языка: в 4 т. / гл. ред. Б. М. Волин, Д. Н. Ушаков (т. 2—4), 1935—1940), слово выгода понимается в значении: прибыль, польза, извлекаемая из чего-нибудь, преимущество, интерес (чаще материальный).

Тот факт, что получение выгоды до 230 000 Р возможно исключительно при приобретении модели SKODA KODIAQ в комплектации AMBITION (АМБИШН) с пакетами WH1 и WE7 при условии сдачи прежнего автомобиля в зачет (Трейд-ин), является существенным условием, а фактическое отсутствие такого условия в рекламе (формальное указание мелким, нечитаемым шрифтом), способно ввести потребителя в заблуждение.

При указанных обстоятельствах следует признать, что рассматриваемая реклама нарушает требования ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе», поскольку в ней отсутствует часть существенной информации о возможности приобретения автомобилей SKODA с выгодой до 230 000 Р, а также о том, что указанное рекламное предложение распространяется только на модели SKODA KODIAQ в комплектации AMBITION (АМБИШН) с пакетами WH1 и WE7 при условии сдачи прежнего автомобиля в зачет (Трейд-ин).

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе», рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований, установленных, в том числе частью 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе», нарушение рекламодавцами, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой

ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

29.12.2020 г. в отношении ООО «Фольксваген Груп Рус» составлен протокол № 036/04/14.3-455/2020 об административном правонарушении по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

29.12.2020 г. рассмотрение дела № 036/04/14.3-455/2020 об административном правонарушении назначено на 13.01.2021 г. в 11 ч. 30 мин (мск).

13.01.2021 г. в ходе рассмотрения дела установлено следующее.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – 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.

ООО «Фольксваген Груп Рус» подлежит ответственности по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ за нарушение требований части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Местом совершения правонарушения является - рекламная конструкция (призматрон), расположенная в непосредственной близости с компьютерным салоном «Сани» (г. Воронеж, ул. 20-летия Октября, 105/1).

Временем совершения правонарушения является – 17.01.2020 года (дата выявления распространения ненадлежащей рекламы).

Учитывая изложенное, ООО «Фольксваген Груп Рус», являясь рекламодателем спорной рекламы и осуществив действия, связанные с распространением ненадлежащей рекламы распространенной 17.01.2020 года на рекламной конструкции (призматрон), расположенной в непосредственной близости с компьютерным салоном «Сани» (г. Воронеж, ул. 20-летия Октября, 105/1), совершило административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

ООО «Фольксваген Груп Рус» имело возможность не распространять ненадлежащую рекламу, и тем самым, принять зависящие от Общества меры по соблюдению требований статьи ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе», но данным лицом не были приняты такие меры по их соблюдению.

Доказательств, свидетельствующих о принятии Обществом всех зависящих от него мер для соблюдения требований ФЗ «О рекламе» не предоставлено. ООО «Фольксваген Груп Рус» не доказано, что правонарушение было вызвано чрезвычайными, объективно непредотвратимыми обстоятельствами и другими непредвиденными, непреодолимыми препятствиями, находящимися вне контроля данного юридического лица, при соблюдении той или иной степени заботливости и осмотрительности, какая требовалась от него в целях надлежащего соблюдения законодательства РФ о рекламе, что свидетельствует о виновности ООО «Фольксваген Груп Рус» в совершении административного правонарушения.

При вынесении Постановления учитываются все обстоятельства дела.

Обстоятельств отягчающих, исключających или смягчающих административную ответственность, не установлено.

В соответствии с частью 1 статьи 4.1.1. КоАП РФ, замена административного наказания в виде административного штрафа предупреждением 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 указанного Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 настоящей статьи.

В соответствии с реестром субъектов малого и среднего предпринимательства, размещенного на сайте <https://www.nalog.ru>, ООО «Фольксваген Груп Рус» не является малым или средним предприятием.

С учетом изложенного административное наказание в отношении ООО «Фольксваген Груп Рус» в виде административного штрафа, не подлежит замене на предупреждение.

На основании изложенного, руководствуясь ч. 7 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», ст. 4.3, 14.3, 14.3.1, 23.48, 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать Общество с ограниченной ответственностью «Фольксваген Груп Рус» (ОГРН 1025005336564, ИНН 5042059767, г. Калуга, ул. Автомобильная, д. 1, 248926) виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Применить к ООО «Фольксваген Груп Рус» меру ответственности в виде административного штрафа за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе в размере 100 000 (Сто тысяч рублей) рублей.

3. Направить копию настоящего постановления ООО «Фольксваген Груп Рус» для исполнения.

Согласно части 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 настоящего Кодекса.

Суммы штрафов, уплаченных за нарушения законодательства РФ о рекламе, зачисляются в Федеральный бюджет.

Суммы штрафов, уплаченных за нарушения законодательства РФ о рекламе, зачисляются в Федеральный бюджет.

Получатель платежа: УФК по Воронежской области (Воронежское УФАС России)

ИНН: 3664022568

КПП: 366601001

Номер казначейского счета: 03100643000000013100

Единый казначейский счет (ЕКС): 40102810945370000023

Банк получателя: ОТДЕЛЕНИЕ ВОРОНЕЖ БАНКА РОССИИ//УФК по Воронежской области г. Воронеж

БИК ТОФК: 012007084

ОКТМО: 20701000

Код бюджетной классификации - 161 1 16 01141 01 0003 140

УИН 16100500000000825125

В платежных документах необходимо сослаться на данное постановление, указав его номер и дату принятия, а также ФИО плательщика платежа.

В соответствии с пунктом 3 части 1 статьей 30.1 и частью 1 статьей 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

В соответствии с п. 3 ч. 1 ст. 30.1 и ч. 1 ст. 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.