

ООО «Х»

юридический адрес: "..."

## **ПОСТАНОВЛЕНИЕ**

**по делу об административном правонарушении**

**№ 017/04/14.3-47/2020**

20 марта 2020 года  
Кызыл,

г.

ул. Комсомольская, 122А, каб. № 7

*Резолютивная часть постановления объявлена 17 марта 2020 года*

*Постановление изготовлено в полном объеме 20 марта 2020 года*

Заместитель руководителя управления – начальник отдела контроля закупок и антимонопольного контроля органов власти Федеральной антимонопольной службы по Республике Тыва (далее - Тывинское УФАС России) "...", руководствуясь статьей 23.48 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ), рассмотрев протокол от 03.03.2020 года и иные материалы дела № 017/04/14.3-47/2020 об административном правонарушении в отношении юридического лица - Общества с ограниченной ответственностью «Х» (ИНН "...", ОГРН "...", юридический адрес: "...", дата регистрации юридического лица – "...") (далее – ООО «Х»), по факту совершения административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ,

## УСТАНОВИЛ:

Дело об административном правонарушении № 017/04/14.3-47/2020 рассмотрено в отсутствие надлежащим образом извещенного законного представителя ООО «Х» (почтовое уведомление 800...).

03.03.2020 года (вх. № 1114) в адрес Тывинского УФАС России представителем ООО «Х» В. подано ходатайство о рассмотрении дела № 017/04/14.3-47/2020 в отсутствие ООО «Х». Также представитель Общества пояснил, что ООО «Х» является субъектом малого предпринимательства, правонарушение ответственность за которое предусмотрена часть 1 статьи 14.3 КоАП РФ совершено им впервые, в связи с чем просил заменить административное наказание в виде штрафа на предупреждение, в порядке статьи 4.1.1 КоАП РФ.

Изучив материалы дела № 017/04/14.3-47/2020, прихожу к следующему.

**Событие административного правонарушения:** нарушение рекламодателем законодательства о рекламе, а именно нарушение части 7 статьи 5, статьи 9 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе).

Данное нарушение законодательства о рекламе установлено решением Тывинского УФАС России от 03.02.2020 года по делу № 017/05/9-29/2019.

В целях осуществления государственной функции по контролю за соблюдением законодательства о рекламе, Тывинским УФАС России проведен мониторинг наружной рекламы, распространяемой на территории г. Кызыла на предмет соответствия требованиям Закона о рекламе, по результатам которого, выявлено распространение рекламы в г. Кызыл на буклете в виде каталога следующего содержания:

*«Хозмаркет; товары для дома и быта; белектер ойнадыышкынны  
Декабрь 14 те 15.00 шакта; Кызыл хоорай, Ленина, 28; Товары по шок-  
цене продаются не более одного в руки. vk.com/khakascosmetica;  
@khakascosmetik; каждому покупателю подарок при покупке на сумму  
от 300 рублей; спецпредложение 4999 р жк-телевизор диагональ*

24(61см); ойнадыышкынга киржиринге: хозмаркет садыындан декабрь 12 ден 14 тун хунунге чедир 500 рубка садып алыышкынны кылыр®500 рубка саттыган купоннуг чекти долдургаш тускай хааржакче сугар®ойнадыышкынче декабрь 14-те 15.00 шакта келир; ойнадыышкын чыглып алган улус аразынга болур; ортектер чугле декабрь айнын 12-тен 14-га чедир хуусаалыг болур. Барааннарнын даштыкы хевири каталогта коргустунгенинден бичии ылгалдыг болуп болур», с указанием в том числе фотоизображений товаров, их описанием и цен.

По результатам мониторинга Тывинским УФАС России составлен акт от 12.12.2019 года.

По данному факту определением Тывинского УФАС России от 17.12.2019 года возбуждено дело № 017/05/9-29/2019 в отношении ООО «Х» по признакам нарушения части 7 статьи 5, статьи 9 Закона о рекламе.

Определением от 17.12.2019 года от ООО «Х» были запрошены документы и сведения по факту распространения рассматриваемой рекламы.

В адрес Тывинского УФАС России 26.12.2019 года (вх. № 5989) от ООО «Х» поступили копии следующих документов: договор аренды нежилого помещения, устав, утверждённый 27.07.2019 года, ИНН, ОГРН, приказ о приеме работника на работу от 17.06.2019 года № 12, трудовой договор № 12 от 17.06.2019 года, заявка на изготовление дизайна макета и полиграфической продукции от 03.12.2019 года, договор на оказание маркетинговых услуг от 12.08.2019 года, договор по изготовлению буклетов от 03.12.2019 года № 787, счет на оплату № 923 от 03.12.2019 года, товарная накладная от 03.12.2019 года № 1121.

Кроме этого, 26.12.2019 года в ходе рассмотрения дела № 017/05/9-29/2019 представитель ООО «Х» В. устно пояснил, что поскольку Общество начало предпринимательскую деятельность относительно не давно, рассматриваемая реклама была распространена для привлечения внимания жителей г. Кызыла Республики Тыва, при этом, Общество не имело умысла ущемить чьи-то права, напротив, действовало в благих целях. В настоящее время, данная реклама более не распространяется.

Вместе с тем, определением от 30.12.2019 года Комиссия Тывинского УФАС России отложила рассмотрение дела № 017/05/9-29/2019 до 11 часов 00 минут 28.01.2020 года, в связи с необходимостью получения

информации о переводе текста рекламы с тувинского языка на русский язык.

Поскольку запрошенная информация в адрес управления до 11 часов 00 минут 28.01.2020 года от Института развития национальной школы не поступила, в связи с чем Комиссии Тувинского УФАС России объявила перерыв в рассмотрении дела до 11 часов 30 минут 30.01.2020 года.

В адрес Тувинского УФАС России 28.01.2020 года (вх. № 367) Институтом развития национальной школы был представлен перевод текста рассматриваемой рекламы, выполненный старшим методистом, заместителем директора института М.

Комиссия Тувинского УФАС России, исследовав материалы дела № 017/05/9-2019, представленные документы, рассмотрев письменные и устные пояснения представителя лица, участвующего в рассмотрении дела, пришла к следующим выводам.

Статья 3 Закона о рекламе, понимает под рекламой информацию, распространенную любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованную неопределенному кругу лиц и направленную на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Под объектом рекламирования подразумевается товар, средство его индивидуализации, 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.

Вышеназванная информация содержит все признаки рекламы:

- распространена с использованием рекламном буклета в виде каталога;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- объектом рекламирования являются розыгрыш телевизора и иных подарков, а также товаров «Хозмаркет» на которые 12, 13, 14 декабря действуют специальные цены.

Текст вышеуказанной рекламы направлен на привлечение внимания

неопределенного круга лиц к объекту рекламирования, и повышение мотивации потребителя рекламы к тому, чтобы воспользоваться предложенной услугой – приобрести товары в магазине «Х».

[Частью 1 статьи 5](#) Закона о рекламе установлено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

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, а также об изготовителе (продавце) такого товара.

[Статьей 9](#) Закона о рекламе установлено, что в рекламе, сообщающей о проведении конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должны быть указаны:

- 1) сроки проведения такого мероприятия;
- 2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

В [пункте 27](#) Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 года № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано, что нормы [статьи 9](#) Закона о рекламе применяются к стимулирующим мероприятиям, условием участия в которых является приобретение определенного товара и которые проводятся на конкурсной основе с розыгрышем призов или получением выигрышей.

Таким образом, для признания рекламы стимулирующим мероприятием необходимо установить такой признак как выполнение его участником обязательного условия - приобретения определенного товара.

В рассматриваемой рекламе сообщается, что для того, чтобы принять участие в розыгрыше главного приза (телевизор) и иных призов необходимо совершить покупку товара на сумму от 500 рублей в магазине «Хозмаркет» с 12 по 14 декабря, опустить в

специальный ящик чек о покупке, розыгрыш призов будет проведен 14 декабря 15 часов среди присутствующих на розыгрыше лиц.

В рекламе присутствует признак стимулирования, то есть в правилах и условиях проведения такого мероприятия присутствует причина – купить товар на сумму от 500 рублей в магазине «Хозмаркет» с 12 по 14 декабря, побуждающая человека принять участие, возможность получить материальное благо, поощрение (ценные призы).

При этом, в рассматриваемой рекламе отсутствует следующая информация обязательная в силу статьи 9 Закона о рекламе: источник информации об организаторе розыгрыша, количество призов или выигрышей, порядок их получения.

ООО «Х» в материалы дела № 017/05/9-29/2019 указанная выше информация, отсутствующая в рассматриваемой рекламе, не представлена.

Согласно [части 11 статьи 5](#) Закона 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.

Согласно [пункту 10 части 1 статьи 3](#) Федерального закона от 01.06.2005 года № 53-ФЗ «О государственном языке в Российской Федерации» (далее – Закона о государственном языке) государственный язык Российской Федерации (русский язык) подлежит обязательному использованию в рекламе.

Согласно [части 1 статьи 2](#) Закона Республики Тыва от 31.12.2003 № 462 ВХ-1 «О языках в Республике Тыва» государственными языками Республики Тыва являются тувинский и русский языки.

В случаях использования в сферах, указанных в [части 1 названной статьи](#), наряду с государственным языком Российской Федерации государственного языка республики, находящейся в составе Российской Федерации, других языков народов Российской Федерации или иностранного языка тексты на русском языке и на государственном языке республики, находящейся в составе Российской Федерации, других языках народов Российской Федерации или иностранном языке, если иное не установлено законодательством Российской Федерации, должны быть идентичными по содержанию и техническому оформлению,

выполнены разборчиво, звуковая информация (в том числе в аудио- и аудиовизуальных материалах, теле- и радиопрограммах) на русском языке и указанная информация на государственном языке республики, находящейся в составе Российской Федерации, других языках народов Российской Федерации или иностранном языке, если иное не установлено законодательством Российской Федерации, также должна быть идентичной по содержанию, звучанию и способам передачи (часть 2 статьи 3 Закона о государственном языке).

Таким образом, частью 2 статьи 3 Закона о государственном языке в Российской Федерации указан порядок использования в рекламе текстов наряду с государственным языком Российской Федерации государственного языка республики, находящейся в составе Российской Федерации, других языков народов Российской Федерации или иностранного языка. В силу данной нормы, в рекламе допускается использование государственного языка республики, находящейся в составе Российской Федерации и выражений, если одновременно в рекламе присутствует их идентичный перевод на русский язык. При этом перевод должен в полной мере отражать смысловое содержание текста на государственном языке республики, находящейся в составе Российской Федерации, других языков народов Российской Федерации или иностранном языке, а также должен быть выполнен в той же манере, что и текст на государственном языке республики, находящейся в составе Российской Федерации, других языков народов Российской Федерации или иностранном языке.

Вместе с тем, в нарушение вышеизложенного в тексте рассматриваемой рекламы сообщение об объявлении розыгрыша выполнено только на тувинском языке без перевода на русский язык.

Согласно представленного в материалы дела № 017/05/9-29/2019 перевода текста рекламы, выполненного на тувинском языке следует, что реклама ООО «Х» содержит следующую информацию: «Розыгрыш подарков; самый главный подарок; 14 декабря в 15.00 г. Кызыл, Ленина, 28; только 12 декабря; только 13 декабря; только 14 декабря; Условия участия в розыгрыше: совершить покупку в магазине хозмаркета с 12 по 14 декабря на сумму до 500 руб., заполнить чек с купоном о совершении покупки на 500 руб. и поместить его в специальный ящик, прийти на розыгрыш 14 декабря в 15.00 час., розыгрыш проводится среди собравшихся участников, цены действительны на срок с 12 по 14 декабря. Количество товаров

ограничено, не является публичной офертой. Внешний вид товаров может незначительно отличаться от изображений в каталоге».

В свою очередь, в силу [части 7 статьи 5](#) Закона 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.

Указанная норма принята в интересах потребителя, с целью формирования у него правильного (неискаженного и относительно полного) представления о рекламируемой услуге.

Согласно [пункту 28](#) Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 года № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые [Законом](#) о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг. Поэтому если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования ([часть 7 статьи 5](#) Закона о рекламе). При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

В рассматриваемой рекламе информация об условиях участия в розыгрыше выполненная на тувинском языке, не позволяет всем потребителям воспринимать все сведения об условиях предоставляемой услуги, и, следовательно, не может рассматриваться как их фактическое наличие.

Поскольку в рекламе указана информация о проведении розыгрыша, которая направлена на формирование у потребителя желания ею воспользоваться, то существенной является также подробная информация, относящаяся к данному розыгрышу.

Таким образом, отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации о розыгрыше, а также отсутствие перевода текста рекламы на русский язык приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым розыгрышем, что является нарушением [части 7 статьи 5, статьи 9](#) Закона о рекламе.

Факт распространения рекламы нарушающей требования части 7 статьи 5, статьи 9 Закона о рекламе подтвержден материалами дела и не оспаривается представителем Общества.

В соответствии с [частями 6, 7 статьи 38](#) Закона о рекламе ответственность за нарушение требований части 7 статьи 5, [статьи 9](#) данного закона несут рекламодаделец и рекламодатель.

Законом о рекламе определены понятия «рекламодаделец», «рекламодатель» и «рекламопроизводитель». В соответствии с пунктами 5 - 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламодаделец – это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель – это лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламодатель – это лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рассматриваемая реклама содержит информацию о товарах торгового объекта с коммерческим наименованием «Хозмаркет», то есть объектом рекламы, на привлечение внимания и продвижение услуг которой направлена реклама является конкретный магазин «Хозмаркет».

Таким образом, размещение и распространение рекламы осуществлено именно в интересах ООО «Х».

Согласно выписке из Единого государственного реестра юридических лиц основным видом предпринимательской деятельности ООО «Х» является торговля розничная прочая в неспециализированных магазинах.

Таким образом, рекламодателем и рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Х», действия которого привели к нарушениям требований части 7 статьи 5, статьи 9 Закона

о рекламе.

Решением Комиссии Тывинского УФАС России по рассмотрению дела № 017/05/9-29/2019 от 03.02.2020 года ООО «Х» признано нарушившим требования части 7 статьи 5, статьи 9 Закона о рекламе.

За нарушение Закона о рекламе рекламодаделец несет административную ответственность, предусмотренную частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, нарушение рекламодавцем, 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.

Объективная сторона состава административного правонарушения, ответственность за которую предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, состоит в действиях рекламодавца, признанных недопустимыми законодательством Российской Федерации о рекламе: распространение рекламы стимулирующего мероприятия, в которой отсутствовали сроки проведения такого мероприятия, источник информации об организаторе, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Субъектами данного правонарушения являются юридические и должностные лица, которые ненадлежащим исполнением своих обязанностей обусловили совершение административного правонарушения.

Таким образом, юридическое лицо – ООО «Х» совершило административное правонарушение, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Определяя степень виновности ООО «Х», следует отметить, что ООО «Х» не выполнило установленные действующими нормативными правовыми актами обязанности по соблюдению требований законодательства Российской Федерации о рекламе.

Обстоятельства, отягчающие административную ответственность ООО «Х», предусмотренные статьей 4.3 КоАП РФ, в ходе

рассмотрения дела не установлены.

В соответствии со статьей 4.2 КоАП РФ обстоятельствами, смягчающие административную ответственность ООО «Х» являются совершение административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, впервые и прекращение нарушения законодательства о рекламе.

В соответствии с частью 1 статьи 4.1.1. КоАП РФ установлено, что 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](#) КоАП РФ, за исключением случаев, предусмотренных [частью 2](#) настоящей статьи.

В соответствии с частью 2 статьи 3.4 КоАП РФ 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 соответствии с [пунктом 1 статьи 3](#) Федерального закона от 24.07.2007 N 209-ФЗ "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" субъекты малого и среднего предпринимательства – это хозяйствующие субъекты (юридические лица и индивидуальные предприниматели), отнесенные в соответствии с условиями, установленными названным Федеральным [законом](#), к малым предприятиям, в том числе к микропредприятиям, и средним предприятиям.

Согласно сведений из Единого реестра субъектов малого и

среднего предпринимательства ООО «Х» включено в данный реестр под категорией микропредприятие.

Как указано выше ООО «Х» административное правонарушение, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 совершено впервые.

Таким образом, за совершенное ООО «Х» правонарушение административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене предупреждением.

Местом совершения административного правонарушения является город Кызыл Республики Тыва.

Временем совершения административного правонарушения является день выявления нарушения ООО «Х» Закона о рекламе – 12 декабря 2019 года.

На основании изложенного, руководствуясь статьями 3.4, 4.1.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

### **ПОСТАНОВИЛ:**

1. Признать юридическое лицо – Общество с ограниченной ответственностью «Х» ИНН "...", ОГРН "...", юридический адрес: "...", дата регистрации юридического лица – "...", виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.
2. Назначить юридическому лицу – Обществу с ограниченной ответственностью «Х» ИНН "...", ОГРН "...", юридический адрес: "...", дата регистрации юридического лица – "...", по факту совершения им административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, административное наказание в виде предупреждения.

Постановление по делу об административном правонарушении в соответствии со статьями 30.1, 30.2, 30.3 КоАП РФ может быть обжаловано вышестоящему должностному лицу либо в арбитражный суд в течении 10 дней 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.

Заместитель руководителя управления

"..."