

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении штрафа по делу об административном правонарушении

город Омск

Дело №

05 сентября 2019 года
742/2019

055/04/14.3-

Врио заместителя руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее – Омское УФАС России) (...), рассмотрев протокол об административном правонарушении от 29.08.2019 и другие материалы дела, возбужденного по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) в отношении гражданки (...)

в отсутствие уведомленной надлежащим образом (...)

УСТАНОВИЛ:

Решением Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, от 08.08.2019 № 055/05/5-371/2019 реклама (...) была признана ненадлежащей, нарушающей требования пункта 1 части 5, части 11 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»).

Одновременно было принято решение о передаче материалов дела № 055/05/5-371/2019 уполномоченному должностному лицу Омского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Дело об административном правонарушении № 055/04/14.3-742/2019 было возбуждено протоколом от 29.08.2019.

В результате мониторинга сети Интернет на предмет нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе специалистом Омского УФАС России установлен факт распространения на сайте www.bk55.ru посредством сменяющихся баннеров информации следующего содержания:

- «Новый фаст-фуд в Омске hot #hotomsk шаурма standart 250г 89 р 99»;

- «Новый фаст-фуд в Омске hot #hotomsk даблкомбо Купи 2 Big-шаурмы-получи 2 американо в подарок 400г выгода 98р. Готовим на зерновом кофе»;

- «Новый фаст-фуд в Омске hot #hotomsk гигантская Big шаурма 129 р. 149р. 400г. Hot» (с пометкой «реклама», подробности, сроки и правила проведения акции уточняйте на сайте www.hot-omsk.com).

Распространенная информация отвечает всем признакам рекламы: распространена в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – продукту питания (шаурма), формирование и поддержание интереса к нему, продвижение его на рынке.

Рекламораспространителем - лицом, осуществляющим распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункт 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»), является сайт www.bk55.ru.

Согласно выходным данным вышеуказанный сайт осуществляет свою деятельность в качестве сетевого издания «БК-55» (свидетельство: ЭЛ № ФС 77-60277 выдано 19.12.2014 Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовый коммуникаций).

В письме от 27.06.2019 № 078 сетевое издание «БК-55» сообщило, что заказчиком спорной рекламы является физическое лицо – (...).

Исходя из материалов дела, (...) является рекламодателем, т.е., изготовителем или продавцом товара либо иным определившим объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицом (пункт 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

В соответствии с пунктом 1 части 1 статьи 33 Федерального закона «О рекламе» антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе.

(...) были представлены письменные пояснения (вх. № 7939 от 05.08.2019):

«Оспариваемые фрагменты рекламы одновременно содержат информацию на русском языке: гигантская, двойной – в своей совокупности с иностранными словами не искажают сведения о товаре (ч.5 ст.5 Закона № 38-ФЗ).

«Новый фаст-фуд в Омске hot #hotomsk шаурма standart 250г 89 р 99»

«Новый фаст-фуд в Омске hot #hotomsk даблкомбо Купи 2 Big-шаурмы-получи 2 американо в подарок 400г выгода 98р.

«Новый фаст-фуд в Омске hot #hotomsk гигантская Big шаурма 129 р. 149р. 400г. Hot»

Указанные выражения являются устойчивыми, закрепившимися в русском языке, и не требуют специального перевода...

В настоящее время товарный знак «hot» проходит регистрацию в качестве товарного знака.

Дополнительно сообщаем, никаких жалоб со стороны потребителей или организаций-конкурентов о введении в заблуждение или о нарушении их прав рекламой не поступало».

Факт распространения рекламы зафиксирован и не оспаривается сторонами.

В распространенной рекламе были использованы, в том числе иностранные слова «hot», «hotomsk», «standart», «BIG» (без перевода на русский язык), словосочетание «ДАБЛ КОМБО» (лексического значения которого в русском языке нет).

Вместе с тем в соответствии с пунктом 1 части 5 статьи 5 Федерального закон «О рекламе» в рекламе не допускаются использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации.

При производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации (часть 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»).

В силу положений пункта 10 части 1 статьи 3 Федерального закона от 01.06.2005 № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации» (далее - Закон о государственном языке) государственный язык Российской Федерации подлежит обязательному использованию в рекламе.

В части 2 статьи 3 Закона о государственном языке указан порядок использования в рекламе текстов на иностранном языке, в соответствии с которой в рекламе допускается использование иностранных слов 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 иностранном языке, а также должен быть выполнен в той же манере, что и текст на иностранном языке.

1. Потребителями рекламы являются представители разных слоев населения, социального положения, образования и возраста, для многих из них обучение иностранному языку начинается и заканчивается на ступени обязательного общего образования в общеобразовательном учреждении, при этом знание иностранного языка не является обязательным для российских граждан.

Использование в вышеуказанной рекламе слов на иностранном языке без перевода, а также слов, лексическое значение которых отсутствует в русском языке, недопустимо, ввиду того, что смысл передаваемой рекламной информации потребитель может не уяснить, для него она будет являться неполной и искаженной, что противоречит требованиям законодательства о рекламе.

2. Частью 3 статьи 3 Закона о государственном языке установлено: положения части 2 настоящей статьи не распространяются на фирменные наименования, товарные знаки, знаки обслуживания, а также теле- и радиопрограммы, аудио- и аудиовизуальные материалы, печатные издания, предназначенные для обучения государственным языкам республик, находящихся в составе Российской Федерации, другим языкам народов Российской Федерации или иностранным языкам.

На момент рассмотрения настоящего дела доказательств того, что комбинированное обозначение со словесным элементом «hot» является товарным знаком не представлено.

Согласно сведениям сайта www1.fips.ru заявка № 2019729375 на регистрацию комбинированного обозначения со словесным элементом «hot» в качестве товарного знака принята Роспатентом и находится в стадии экспертизы заявленного обозначения.

3. Отсутствие жалоб со стороны потребителей и конкурентов относительно использования в спорной рекламе иностранных слов не освобождает (...) от исполнения обязанностей по соблюдению законодательства Российской Федерации о рекламе.

Нарушение физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с гражданским законодательством (часть 1 статьи 38 Федерального закона «О рекламе»).

Таким образом (...), были нарушены требования пункта 1 части 5, части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Вместе с тем статья 38 Федерального закона «О рекламе» не возлагает на субъектов рекламной деятельности (рекламодатель, рекламодатель, рекламодатель, рекламопроизводитель) ответственность за нарушение требований части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В силу части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 частью 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Таким образом, (...), имея возможность для соблюдения требований пункта 1 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» и не приняв все зависящие от нее меры по их соблюдению, совершила административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Согласно части 1 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, 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 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.

Местом совершения административного правонарушения является заявитель: г. Омск.

Временем совершения административного правонарушения является дата фиксации правонарушения, а именно: 13.06.2019.

Протокол по делу об административном правонарушении № 055/04/14.3-742/2019 был составлен 29.08.2019 уполномоченным должностным лицом Омского УФАС России в отсутствие (...), в присутствии защитника (...) по доверенности 76 АБ 1515813 от 29.10.2018.

На момент рассмотрения настоящего дела об административном правонарушении сроки давности привлечения к административной ответственности, установленные статьей 4.5 КоАП РФ, не истекли.

Вина (...) в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, доказана и подтверждается материалами дела об административном правонарушении № 055/04/14.3-742/2019.

При назначении наказания должностным лицом, рассматривающим дело № 055/04/14.3-742/2019, учитываются общие правила назначения административного наказания,

предусмотренные статьей 4.1 КоАП РФ.

Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение (...) установленных Федеральным законом «О рекламе» требований, а также обстоятельства, вынуждающие ее действовать в состоянии крайней необходимости, при рассмотрении дела не установлены.

Должностным лицом, рассматривающим дело № 055/04/14.3-742/2019, в качестве обстоятельства, смягчающего административную ответственность (...) (статья 4.2 КоАП РФ), признан тот факт, что административное правонарушение совершено впервые.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность (...) (статья 4.3 КоАП РФ), не выявлено.

Обстоятельств, свидетельствующих о малозначительности совершенного административного правонарушения, должностным лицом Омского УФАС России, уполномоченным на рассмотрение дела об административном правонарушении, не усматривается.

Оценив характер и обстоятельства совершенного (...) административного правонарушения, должностное лицо пришло к выводу о необходимости назначения наказания в виде административного штрафа, поскольку назначенное административное наказание будет соответствовать принципам законности, справедливости, неотвратимости и целесообразности юридической ответственности.

На основании изложенного, руководствуясь статьями 14.3, 23.48, частью 1 статьи 29.9 КоАП РФ,

ПО С Т А Н О В И Л:

Признать (...) виновной в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ и назначить ей наказание в виде административного штрафа в размере 2000 (Две тысячи) рублей.

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 КоАП РФ штраф должен быть уплачен (...) не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки.

Сумма административного штрафа вносится или перечисляется лицом, привлеченным к административной ответственности, в бюджет по следующим реквизитам:

Банк получателя: Отделение по Омской области Сибирского главного управления Центрального банка Российской Федерации

ИНН 5503023028 КПП 550401001

Получатель: УФК по Омской области (Управление федеральной антимонопольной службы по Омской области)

БИК 045209001

Счет № 40101810100000010000

Код бюджетной классификации 16111626000016000140 «Денежные взыскания (штрафы) за нарушение законодательства о рекламе»

Код ОКТМО 52701000

Назначение платежа: Административный штраф в соответствии со статьей 14.3 КоАП РФ по делу № 055/04/14.3-742/2019.

ВНИМАНИЕ! В случае оплаты административного штрафа платежный документ в **ОБЯЗАТЕЛЬНОМ ПОРЯДКЕ** должен содержать сведения о номерах идентификатора начисления и идентификатора плательщика, указанных в верхней части прилагаемых к настоящему постановлению бланков извещения и квитанции.

Согласно части 5 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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 в течение десяти суток постановление о наложении административного штрафа с отметкой о его неуплате судебному приставу-исполнителю для исполнения в порядке, предусмотренном федеральным законодательством. 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.

Согласно части 1 статьи 20.25 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях неуплата административного штрафа в установленный срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа, либо административный арест на срок до пятнадцати суток, либо обязательные работы на срок до пятидесяти часов.

В соответствии с частями 1, 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в суд в течение 10 суток со дня вручения или получения копии постановления.

По истечении этого срока необжалованное и неопротестованное постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу и обращается к исполнению.

Врио заместителя руководителя управления

