Физическое лицо

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания в виде штрафа

по делу № 032/04/14.3-308/2020 об административном правонарушении

«05» марта 2020 г. г. Брянск

Заместитель руководителя-начальник отдела естественных монополий и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Брянской области, рассмотрев протокол об административном правонарушении от 05.03.2020 года, составленный в отношении…., в присутствии лица ,

УСТАНОВИЛ:

Специалистами Брянского УФАС России в январе 2020г. на ограждении территории горнолыжного комплекса «Лапландия» обнаружено распространение рекламной информации следующего содержания: «Самый крутой детский и семейный ЛАЗЕРТАГ от 100р. телефон для информации 302-532».

В соответствии со статьей 3 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13 марта 2006 года (далее Закона о рекламе, ФЗ «О рекламе») реклама - информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Под объектом рекламирования понимается 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; под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Исходя из способа и формы размещения, рассматриваемая информация адресована неопределенному кругу лиц. направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, способствует формированию интереса к нему и его продвижению на рынке, то есть соответствует всем признакам рекламы, установленным пунктом 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе». Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой.

Согласно Постановлению Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами ФЗ «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, должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

Из рассматриваемой рекламы следует утверждение, что «самый крутой» лазертаг, проходит только в данном заведении. Реклама не содержит конкретного критерия сравнения по сравнению с другими.

Таким образом, указанная реклама содержит признаки нарушения п.1 ч.3 ст.5 ФЗ «О рекламе», в соответствии с которой недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения: в том числе о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержания рекламы лицо.

Согласно статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодателем и рекламораспространителем данной рекламы является ….

В соответствии со ст. 38 указанного закона ответственность за данное нарушение несет рекламодатель.

Частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ установлено, что административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Таким образом, установлено событие административного правонарушения, выразившееся в распространении рекламы не соответствующей требованиям п.1 ч.3 ст.5 ФЗ «О рекламе».

Субъектом административного правонарушения является ...

Частью 1 статьи 14.3 Кодекса об административных правонарушениях предусмотрена ответственность за нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе (ненадлежащая реклама) 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.

Объектом рассматриваемого правонарушения является установленный порядок управления, в частности, в сфере государственного контроля и надзора.

Объективная сторона состоит в нарушении установленных рекламным законодательством норм и заключается в том, что физическое лицо нарушило п.1 ч.3 ст.5 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

Субъективная сторона выражается в форме вины, так как … должен был знать и соблюдать рекламное законодательство, однако, в ходе осуществления своей деятельности допустила нарушение требований действующего рекламного законодательства. У лица имелась возможность для соблюдения рекламного законодательства, однако им не были приняты все зависящие от него меры по его соблюдению.

В соответствии с ч. 1 ст. 3.1 КоАП РФ административное наказание является установленной государственной мерой ответственности за совершение административного правонарушения и применяется в целях предупреждения совершения новых правонарушений, как самим правонарушителем, так и другими лицами.

В силу ч. ч. 1, 3 ст. 4.1 КоАП РФ административное наказание за совершение административного правонарушения назначается в пределах, установленных законом, предусматривающим ответственность за данное административное правонарушение, в соответствии с настоящим Кодексом.

В рассматриваемом случае существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается не в наступлении каких-либо материальных последствий правонарушения (состав административного правонарушения является формальным), а в пренебрежительном отношении лица к исполнению своих публично-правовых обязанностей, к формальным требованиям публичного права, невнимательности при выполнении возложенных обязанностей.

Лицо не представило доказательств, свидетельствующих, что совершение правонарушения обусловлено чрезвычайными обстоятельствами и другими непредвиденными, непреодолимыми препятствиями, находящимися вне его контроля.

Согласно ст. 3.1. КоАП РФ административное наказание является установленной государством мерой ответственности за совершение административного правонарушения и применяется в целях предупреждения совершения новых правонарушений как самим правонарушителем, так и другими лицами.

Вина лица заключается в том, что имея реальную возможность соблюдения требований законодательства о рекламе, он не принял всех необходимых мер по их выполнению.

Законодательством РФ предусмотрена возможность назначения административного наказания в пределах минимального и максимального размеров санкций с учетом характера совершенного правонарушения, данных о

правонарушителе, его материального и финансового положения, а также обстоятельств, смягчающих или отягчающих административную ответственность.

Руководствуясь 38-ФЗ от 13 марта 2006 года «О рекламе», ст. ст. 14.3., 29.9., 29.10. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать … нарушившим ч.1 ст.14.3 КоАП.

2. Применить к … меру ответственности в виде административного штрафа в размере **2000 (двух тысяч) рублей** за распространение в январе 2020г. на ограждении территории горнолыжного комплекса «Лапландия» рекламы следующего содержания: «Самый крутой детский и семейный ЛАЗЕРТАГ от 100р. телефон для информации 302-532», с нарушением требований п.1ч.3 ст.5 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13 марта 2006 года.

3. Сумму штрафа надлежит заплатить в соответствующий бюджет в следующем соотношении:.

40 процентов - в федеральный бюджет

60 процентов – в бюджет субъекта Российской Федерации,

В соответствии с пунктом 1 статьи 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 районный суд.

В соответствии со ст. 31.1. КоАП РФ постановление вступает в законную силу по истечении десятидневного срока с момента получения постановления о наложении штрафа.

Согласно ч. 1 ст. 32.2. КоАП 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 КоАП.

Согласно ст. 20.25 КоАП неуплата административного штрафа в срок, предусмотренный настоящим КоАП, влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа либо административный арест на срок до пятнадцати суток.

В трехдневный срок со дня уплаты штрафа лицу надлежит представить в Брянское УФАС России копии платежных документов.

Заместитель руководителя –

начальник отдела естественных монополий

и рекламы