

УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ

ПО ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

625048, г. Тюмень, ул. Холодильная, 58а тел. 50-31-55

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания

по делу №072/04/14.3-116/2021

об административном правонарушении

15.03.2021г. г. Тюмень

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области (далее - Тюменское УФАС России), <...>, рассмотрев материалы дела №072/04/14.3-116/2021, возбужденного в отношении АО «ТД «Перекресток» (адрес местонахождения: 109029, г. Москва, ул. Средняя Калитниковская, д.28, строение 4, ОГРН 1027700034493, ИНН 7728029110, КПП 772201001, дата регистрации: 24.03.1994г.), в присутствии представителя (защитника) АО «ТД «Перекресток» – <...> (доверенность №77АГ 2953450 от 12.11.2019г.),

У С Т А Н О В И Л:

Решением Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе №072/05/5-67/2020 от 30.10.2020г. признана ненадлежащей реклама следующего содержания: «Пельмени МИРАТОРГ Домашние свинина-говядина, 800 г. 339⁸⁰ 299⁹⁰ 2 по цене 1. Цена указана за единицу товара при условии покупки 2 шт. одновременно. Цена при покупке 1 шт. – 339, 80 руб», размещенная на стр.5 рекламной брошюры магазина «Перекресток» за период с 21 по 24 августа 2020г., поскольку в ней нарушены требования п.4 ч.3 ст.5, ч.7 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

Ответственность за распространение ненадлежащей рекламы предусмотрена ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ, Кодекс).

01.03.2021г. специалистом Тюменского УФАС России в отношении АО «ТД «Перекресток» был составлен протокол об административном правонарушении №072/04/14.3-116/2021.

Исследовав материал административного дела, установлено следующее.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), рекламой является 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 и поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке; 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; товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Рассматриваемая информация является рекламой, поскольку отвечает всем требованиям, предъявляемым к рекламе, направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к объекту рекламирования – товарам, реализуемым в магазине «Перекресток», способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их на рынке.

Как следует из части 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются. Реклама является средством продвижения товаров, работ и услуг, а также самого изготовителя или продавца рекламируемого товара на определенном рынке.

Вместе с тем способ, форма и средства распространения соответствующей информации имеет существенное значение. Ненадлежащей рекламой согласно подпункту 4 статьи 3 Закона о рекламе является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно п. 4 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

Согласно ч. 7 ст. 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.

Рассматриваемая рекламная листовка содержит информацию о возможности приобретения пельменей «МИРАТОРГ» Домашние свинина-говядина, 800 г. по сниженной цене, указанной на фото, а именно: по 299⁹⁰ так как старая цена ~~339⁸⁰~~ была зачеркнута, и кроме того по акции «2 по цене 1».

Поскольку рассматриваемая реклама о снижении стоимости пельменей «МИРАТОРГ» и акции «2 по цене 1», направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, а именно: снижение цен, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой, а именно: необходимость приобретения товара по старой цене, которая зачеркнута в рекламной листовке.

Указание ниже мелким шрифтом условий покупки, а именно: «Цена указана за единицу товара при условии покупки 2 шт. одновременно. Цена при покупке 1 шт. –

339, 80 руб» явно противоречит информации, указанной крупным шрифтом, в связи с чем искажает смысл информации и вводит в заблуждение потребителей рекламы.

Не заметив информацию о том, что «Цена указана за единицу товара при условии покупки 2 шт. одновременно. Цена при покупке 1 шт. – 339, 80 руб», потребитель воспринимает рассматриваемую рекламу таким образом, что он может приобрести пельмени «МИРАТОРГ» «2 по цене 1» стоимостью 299, 90 рублей.

Цена товара является одним из ведущих факторов конкурентной борьбы, в связи с чем указание на конкретную низкую цену товара привлекает внимание потребителей к объекту рекламирования и способно сформировать интерес потребителей к рекламируемому товару.

Учитывая изложенное, заявленная в рассматриваемой рекламе цена пельменей «МИРАТОРГ» 299,90 рублей была занижена и не соответствовала цене приобретения указанного товара в магазине «Перекресток» по акции «2 по цене 1», в связи с несоответствием цены, указанной крупным шрифтом и информации, изложенной ниже мелким шрифтом.

Таким образом, реклама содержит не соответствующие действительности сведения о цене товара, а также в рекламе отсутствует часть существенной информации, о том, что цена при покупке 2 шт. одновременно будет составлять 339,80 рублей, что искажает смысл информации и вводит в заблуждение потребителей рекламы. Исходя из вышеизложенного, в рассматриваемой рекламе нарушены требования п.4 ч.3 ст.5, ч.7 ст.5 Закона о рекламе.

Согласно ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение части 3, 7 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Согласно ст. 3 Закона о рекламе, рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержания рекламы лицо.

Материалами дела №072/05/5-67/2020 (договор №0102201901 от 01.02.2019г., договор №6/01022020 от 01.02.2020г.) установлено, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является АО «ТД «Перекресток» (адрес местонахождения: 109029, г. Москва, ул. Средняя Калитниковская, д.28, строение 4, ОГРН 1027700034493, ИНН 7728029110, КПП 772201001, дата регистрации: 24.03.1994г.).

Таким образом, ответственность за нарушение требований частей 3, 7 статьи 5 Закона о рекламе несет АО «ТД «Перекресток».

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

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о

рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2-4 настоящей статьи, 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 до пятисот тысяч рублей.

Объектом правонарушения, предусмотренного ч.1 ст.14.3 КоАП РФ, являются общественные отношения в области рекламы, а также регламентированный порядок осуществления предпринимательской деятельности.

Объективную сторону состава административного правонарушения образует распространение рекламы с нарушением требований законодательства о рекламе, а именно частей 3,7 статьи 5 Закона о рекламе.

Правонарушение, предусмотренное ч.1 ст.14.3 КоАП РФ, представляет существенную угрозу охраняемым общественным отношениям пренебрежительным отношением лица к исполнению своих публично-правовых обязанностей, к требованиям, предусмотренным Законом о рекламе, что посягает на установленный порядок в области распространения рекламы.

Часть 1 статьи 14.3 КоАП РФ предусматривает наступление административной ответственности вне зависимости от наличия/отсутствия отрицательных последствий распространения ненадлежащей рекламы.

Субъектом административного правонарушения по делу №072/04/14.3-116/2021 выступает – АО «ТД «Перекресток» (адрес местонахождения: 109029, г. Москва, ул. Средняя Калитниковская, д.28, строение 4, ОГРН 1027700034493, ИНН 7728029110, КПП 772201001, дата регистрации: 24.03.1994г.).

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

Таким образом, АО «ТД «Перекресток», распространяя вышеуказанную рекламу, совершило административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьей 14.3 КоАП РФ.

Место совершения административного правонарушения – город Тюмень.

Время совершения административного правонарушения, установленное материалами дела №072/05/5-67/2020 – с 21.08.2020 по 24.08.2020 г.

Антимонопольным органом установлено, что АО «ТД «Перекресток» при должной внимательности и осмотрительности при распространении рекламы могло предвидеть последствия – возможность нарушения законодательства о рекламе, имело возможность выполнить возложенную на него обязанность, и предотвратить совершение административного правонарушения, но не предприняло всех зависящих от него мер по соблюдению действующего законодательства о рекламе.

Дело об административном правонарушении № 072/04/14.3-116/2021 в

соответствии с ч. 2 ст. 4.1 КоАП РФ рассматривалось с учетом характера, совершенного АО «ТД «Перекресток» правонарушения, обстоятельств, смягчающих и отягчающих административную ответственность.

Совершенное АО «ТД «Перекресток» правонарушение посягает на установленные нормативными правовыми актами гарантии на защиту потребителей от ненадлежащей рекламы, поскольку требования законодательства о рекламе, а также установление в части 1 статьи 14.3 КоАП РФ административной ответственности за их нарушение направлены на охрану прав потребителей от ненадлежащей рекламы, поскольку потребители признаются слабой стороной данных отношений, не обладающих специальными познаниями.

Состав административного правонарушения, предусмотренный ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, является формальным, и для квалификации действий по названной норме не требуется обязательного наступления неблагоприятных последствий.

Наступление общественно опасных последствий в виде причинения ущерба при совершении правонарушений с формальным составом не доказывается, возникновение этих последствий презюмируется самим фактом совершения действий или бездействий.

Административные правонарушения, совершаемые в сфере рекламы, посягают на нарушение установленных законодательством о рекламе требований и предписаний, в связи с чем вред, причиненный этими правонарушениями, наносится общественным интересам, а не конкретным физическим и юридическим лицам.

Общественный вред выражается в пренебрежении установленными законодательством нормами, обязательными для исполнения всеми без исключения лицами.

АО «ТД «Перекресток» должно было знать требования законодательства о рекламе, а также меру ответственности за его нарушение.

Вина АО «ТД «Перекресток» состоит в том, что оно не выполнило установленных Законом о рекламе требований и не предприняло всех зависящих от него мер по их соблюдению.

АО «ТД «Перекресток» вменяемое правонарушение признает, просит признать его малозначительным.

Учитывая характер и конкретные обстоятельства совершенного правонарушения, роль правонарушителя, можно сделать вывод о том, что совершенное АО «ТД «Перекресток» правонарушение несет существенную угрозу охраняемым общественным отношениям, в связи с чем, отсутствуют основания для признания его малозначительным.

Пунктом 18 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникающих в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» предусмотрено, что малозначительность имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям. Такие обстоятельства, как, например, личность и имущественное положение

привлекаемого к ответственности лица, добровольное устранение последствий правонарушения, возмещение причиненного ущерба, не являются обстоятельствами, свидетельствующими о малозначительности правонарушения.

Безразличное отношение лица к своим публично-правовым обязанностям, которые установлены действующим законодательством, свидетельствует о существенной угрозе охраняемым общественным отношениям. Следовательно, признать допущенное АО «ТД «Перекресток» правонарушение в качестве малозначительного недопустимо.

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

Обстоятельством, смягчающим административную ответственность, признается совершение правонарушения впервые.

На основании изложенного, учитывая характер и степень виновности лица, привлекаемого к административной ответственности, причины и условия совершения административного правонарушения, руководствуясь статьями 2.4, 14.3, 23.48, 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Применить к АО «ТД «Перекресток» (адрес местонахождения: 109029, г. Москва, ул. Средняя Калитниковская, д.28, строение 4, ОГРН 1027700034493, ИНН 7728029110, КПП 772201001, дата регистрации: 24.03.1994г.), меру ответственности в виде административного штрафа в размере 100 000 (сто тысяч) рублей за совершение правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3. КоАП РФ.

2. Сумму штрафа надлежит уплатить по следующим реквизитам:

Получатель платежа: Управление Федерального казначейства по Тюменской области (Тюменское УФАС России)

Наименование банка: Отделение Тюмень Банка России/УФК по Тюменской области г. Тюмень

ЕКС (номер банковского счета): 40102810945370000060

Номер казначейского счета: 03100643000000016700

БИК: 017102101

ИНН: 7202081799

КПП: 720301001

ОКТМО: 71701000

код бюджетной классификации – 161 116 01141 01 003 140

УИН: 16100500000000889735

Назначение платежа: «Нарушение ч.1 ст.14.3 КоАП РФ».

В соответствии с пунктом 3 части 1 и частью 3 статьи 30.1 КоАП РФ, а также частью 1 статьи 30.3 КоАП постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статьи 31.1 КоАП 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.

Согласно статьи 32.2 КоАП РФ, административный штраф должен быть уплачен в полном размере лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа, но не менее одной тысячи рублей, либо административный арест на срок до пятнадцати суток, либо обязательные работы на срок до пятидесяти часов.

Заместитель

руководителя управления <...>