

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания по делу
об административном правонарушении № 4-14.3-1101/77-15
«16» ноября 2015 года г. Москва

Я, <...>, рассмотрев Протокол от 02.11.15 и материалы дела об административном правонарушении № 4-14.3-1101/77-15, возбужденного в отношении ЗАО «Аргументы и факты», в связи с нарушением ст. 9 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), при размещении в газете «Аргументы и факты. Здоровье» №52 (1030) от 25.12.2014 рекламы стимулирующего мероприятия, проводимого ООО «АПТЕКА-А.В.Е», ответственность за которые предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ), в отсутствие представителя ЗАО «Аргументы и факты», надлежащим образом уведомленного о дате, месте и времени рассмотрения настоящего дела. УСТАНОВИЛ:

ЗАО «Аргументы и факты» (адрес: 101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 42) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц за основным государственным регистрационным номером 1027700459379, ИНН 7701103751, КПП 770101001.

ЗАО «Аргументы и факты» распространило в газете «Аргументы и факты. Здоровье» № 52 (1030) от 25.12.2014 на странице 24 рекламу стимулирующего мероприятия «Аптека Горздрав».

Решением Комиссии Московского УФАС России от 01.09.2015 по делу № 3-9-103/77-15 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о

рекламе в действиях ЗАО «Аргументы и факты» при распространении рекламы стимулирующего мероприятия «25 плюсов Горздрав», проводимого ООО «АПТЕКА-А.В.Е», размещенной в газете «Аргументы и факты. Здоровье» №52 (1030) от 25.12.2014 на странице 24, установлен факт нарушения требований ст. 9 Закона о рекламе.

Страница 24 газеты «Аргументы и факты. Здоровье» № 52 (1030) от 25.12.2014 содержит сведения, индивидуализирующие ООО «АПТЕКА-А.В.Е»: коммерческое обозначение (аптека «ГОРЗДРАВ»), адрес сайта в сети, номер телефона,

а также информацию о проводимом мероприятии «25 плюсов Горздрав»: «Призы! Сделайте шаг к своей квартире! ГОРЗДРАВ гарантирует: при покупке вы экономите деньги+получаете шанс на новую КВАРТИРУ+шанс на другие 1 ценные призы!».

В соответствии с п. 1 ст. 3 Закона о рекламе, реклама — это 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.

Информация размещалась в периодическом печатном издании «Аргументы и факты. Здоровье», а следовательно, сведения были распространены широкому, заранее неопределенному кругу лиц.

При этом, под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу

реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации как предназначенность для неопределенного круга лиц означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

В соответствии с п. 2 ст. 3 Закона о рекламе, объектом рекламирования является 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.

В настоящем случае объектом рекламирования выступает стимулирующее мероприятие «25 плюсов Горздрав», проводимое ООО «АПТЕКА-А.В.Е»

Под стимулирующим мероприятием, в соответствии со ст. 9 Закона о рекламе, понимается конкурс, игра или иное подобное мероприятие, условием участия в которых является приобретение определенного товара.

Согласно п. 4.1.2 Правил проведения акции «25 плюсов Горздрав» (далее — Правила), участниками акции являются лица выполнившие требования, установленные Правилами.

Согласно п. 6.1.1 Правил, участник должен осуществить покупку товара, участвующего в акции.

Согласно п. 7.1.2 Правил, по итогам акции определяется один призер, получатель главного приза акции — сертификата на квартиру стоимостью не ниже 4 500 000 руб., расположенную в пределах г. Москвы.

Таким образом, обязательным условием участия в акции «25 плюсов Горздрав» является приобретение товара в аптеках «Горздрав», а следовательно указанная акция является стимулирующим мероприятием в понимании ст. 9 Закона о рекламе.

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация содержит объект рекламирования (стимулирующее мероприятие «25 плюсов Горздрав», проводимое ООО «АПТЕКА-А.В.Е»), распространялась неопределенному кругу лиц и, исходя из содержания, направлена на привлечение внимания

2
потребителей к объектам рекламирования, а следовательно, является рекламой в понимании п. 1 ст. 3 Закона о рекламе.

Данный вывод в полной мере подтверждается пометкой «реклама», размещенной на рассматриваемых материалах, сторонами по делу на заседании Комиссии не оспаривался.

Под стимулирующим мероприятием, в соответствии со ст. 9 Закона о рекламе, понимается конкурс, игра или иное подобное мероприятие, условием участия в которых является приобретение определенного товара.

Согласно п. 2 ст. 9 Закона о рекламе, 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: источник информации об организаторе мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Согласно п. 27 Постановления Пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», ст. 9 Закона о рекламе обязывают рекламодателя сообщать не саму информацию об организаторе стимулирующего мероприятия и так далее, а источник этой

информации (например, адрес интернет-сайта, номер телефона, по которому можно получить информацию).

При этом исходя из диспозиции ст. 9 Закона о рекламе, реклама стимулирующего мероприятия должна сообщать об источнике каждого из данных условий и правил путем прямого указания на информацию, сообщаемую данным источником. То есть потребитель рекламы должен быть уведомлен о конкретной информации, которую он может получить обратившись к источнику.

Таким образом, при рекламе стимулирующего мероприятия и наличии соответствующей информации на определенном сайте в сети «Интернет» должно быть указано следующее: «информация об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения — на сайте <http://...>».

Само по себе указание адреса сайта в сети «Интернет», а также использование в рекламе формулировки «Подробности на сайте ГОРЗДРАВ.рф» не может быть признано допустимым указанием на источник информации об организаторе стимулирующего мероприятия, правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, так как данная формулировка не указана в качестве ссылки (источника) для получения информации о правилах проведения, а также сроках, месте и порядке получения выигрышей и подарков стимулирующего мероприятия «25 плюсов Горздрав».

При установлении наличия признаков нарушения ст. 9 Закона о рекламе,
3

должностное лицо Московского УФАС России исходит из того, что потребитель, воспринимая информацию, распространенную в рассматриваемой рекламе, должен однозначно понимать, что сайт в сети «Интернет» является источником сведений именно о стимулирующем мероприятии, а не источником информации о продукции, реализуемой под соответствующим брендом.

Положения ст. 9 Закона о рекламе направлены именно на устранение подобных сомнений у потребителя и ограждения их от недобросовестных действий хозяйствующих субъектов, связанных с сокрытием менее привлекательных сведений о проводимых стимулирующих мероприятиях.

Кроме того, согласно п. 1 ст. 9 Закона о рекламе, в рекламе стимулирующего мероприятия должны быть указаны сроки проведения такого мероприятия.

Необходимо отметить, что сроки проведения стимулирующего мероприятия, в отличие от иной информации о таком мероприятии должны быть указаны непосредственно в тексте самой рекламы.

Установлено, что сведений о сроках проведения стимулирующего мероприятия в рекламе акции «25 плюсов Горздрав» отсутствуют.

Все вышеприведенные обстоятельства позволяют сделать вывод о том, что ЗАО «Аргументы и факты» при размещении указанной рекламы нарушило требования ст. 9 Закона о рекламе.

Согласно п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, реклама не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей. Таким образом, реклама стимулирующего мероприятия «25 плюсов Горздрав», распространенная на странице 24 в газете «Аргументы и факты. Здоровье» № 52 (1030) от 25.12.2014, с нарушением ст. 9 Закона о рекламе, является ненадлежащей.

В соответствии с п. 7 ст. 3 Закона о рекламе, рекламодатель — лицо осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодателем является лицо, осуществляющее фактическое доведение объекта рекламирования до сведения потребителя.

Согласно выходным данным газеты «Аргументы и факты. Здоровье», ее издателем является ЗАО «Аргументы и факты», в том числе в период распространения рассматриваемой рекламы.

Размещение ЗАО «Аргументы и факты» рассматриваемой рекламы в газете «Аргументы и факты. Здоровье» № 52 (1030) от 25.12.2014 осуществлялось на основании договора № 1429/12 от 06.11.2012 (далее - Договор), заключенного между ООО «АПТЕКА-А.В.Е», ЗАО «Аргументы и факты».

Согласно п. 1 Договора, ЗАО «Аргументы и факты» обязуется оказать ООО «АПТЕКА-А.В.Е» комплекс рекламных услуг в порядке и на условиях, определяемых Договором и Приложением к нему.

На основании изложенного, должностное лицо Московского УФАС России приходит к выводу о том, что лицом, осуществившим распространение

4
указанной рекламы, а равно ее рекламодателем, является ЗАО «Аргументы и факты».

Таким образом, установлено, что ЗАО «Аргументы и факты» является рекламодателем указанной рекламы, размещенной Обществом в газете «Аргументы и факты. Здоровье» № 52 (1030) от 25.12.2014.

В соответствии с ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных ст. 9 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

Ответственность за невыполнение требований, установленных ст. 9 Закона о рекламе, предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Место совершения административного правонарушения: территория распространения газеты «Аргументы и факты. Здоровье», в том числе город Москва.

Время совершения административного правонарушения — 25 декабря 2014 года (первый день распространения газеты «Аргументы и факты. Здоровье»).

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

В соответствии с ч. 2 ст. 2.1 КоАП РФ, юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых КоАП РФ или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Вина ЗАО «Аргументы и факты» состоит в распространении в газете «Аргументы и факты. Здоровье» № 52 (1030) от 25.12.2014 рекламы стимулирующего мероприятия «25 плюсов Горздрав», проводимого ООО «АПТЕКА-А.В.Е» с нарушением требований ст. 9 Закона о рекламе. Согласно п. 1 Договора, ЗАО «Аргументы и факты» вправе отказаться от исполнения обязательств по настоящему договору в случае нарушения

ООО «АПТЕКА-А.В.Е» Закона о рекламе.

Следовательно, ЗАО «Аргументы и факты» обладало возможностью ограничения распространения спорной рекламы.

Таким образом, Московским УФАС России не установлено объективных обстоятельств, делающих невозможным соблюдение указанных требований.

В соответствии с ч. 3 ст. 4.1 КоАП РФ, при назначении

административного наказания юридическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие

5

административную ответственность.

Согласно ст. 4.6 КоАП РФ, лицо, которому назначено административное наказание за совершение административного правонарушения, считается подвергнутым данному наказанию со дня вступления в законную силу постановления

о назначении административного наказания до истечения одного года со дня окончания исполнения данного постановления.

Факт привлечения ЗАО «Аргументы и факты» ранее к административной ответственности за нарушение законодательства о рекламе подтверждается платежными поручениями № 542 от 28.01.2015 (Постановление Московского УФАС России по делу № 4-14.3-813/00-08-14 от 08.12.14), № 4520 от 30.04.2014 (Постановление Московского УФАС России по делу № 4-14.3-1505/00-08-13 от 01.14.14), № 12038 от 24.11.2014 (Постановление Московского УФАС России по делу № 4-14.3-479/77-14 от 25.09.14), № 8842 от 29.08.2014 (Постановление Ставропольского УФАС России), № 11839 от 18.11.2014 (Постановление Омского УФАС России), представленными Обществом в рамках рассмотрения дела № 3-9-103/77-15.

При этом, должностным лицом Московского УФАС России учтено, что во всех вышеперечисленных случаях ЗАО «Аргументы и факты» привлекалось к административной ответственности за нарушение положений Закона о рекламе при

распространении ненадлежащей рекламы, что свидетельствует о нежелании правонарушителя отказаться от противоправного поведения.

Таким образом, должностным лицом установлены обстоятельства, отягчающие административную ответственность ЗАО «Аргументы и факты».

Обстоятельств, смягчающих административную ответственность

ЗАО «Аргументы и факты», должностным лицом административного органа не установлено.

На основании изложенного, должностным лицом Московского УФАС России принято решение о применении к ЗАО «Аргументы и факты» более строгой санкции, чем минимальный штраф, предусмотренный ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства Российской Федерации о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан — от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц — от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; юридических лиц — от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Таким образом, штраф, подлежащий взысканию составляет 350 000 рублей.

Руководствуясь ст.-ст. 33, 38 Закона о рекламе, ст.-ст. 4.1, 14.3, 23.48, 29.9,

29.10 КоАП РФ,
ПОСТАНОВИЛ:

За нарушение ст. 9 Закона о рекламе, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, назначить ЗАО «Аргументы и факты»
6

(адрес: 101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 42, ОГРН 1027700459379, ИНН 7701103751, КПП 770101001) административное наказание в виде административного штрафа в размере 350 000 (трехсот пятидесяти тысяч) рублей.

Согласно ч. 1 ст. 32.2 КоАП РФ, 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 ст. 31.5 КоАП РФ.

В соответствии с ч. 5 ст. 32.2 КоАП РФ, 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 срока, указанного в ч. 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.

В соответствии с ч. 5 ст. 3.5 КоАП РФ, сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме.

Суммы штрафов, уплаченных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, зачисляются в соответствующие бюджеты в соотношении:

- 40% в Федеральный бюджет;
- 60% в бюджет субъекта Российской Федерации, на территории которого зарегистрировано ЗАО «Аргументы и факты», перечислением через банк, обслуживающий хозяйствующий субъект.

Реквизиты для уплаты административных штрафов, предусмотренных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе (квитанция прилагается):

Получатель: УФК по г. Москве (для Московского УФАС России)

Банк получателя: Отделение 1 Москва

ИНН 7706096339

КПП 770101001

БИК 044583001

р/с 40101810800000010041

КБК 161 1 16 26000 01 6000140

ОКТМО 45375000

Назначение платежа: административный штраф по делу
№ 4-14.3-1101/77-15.

Согласно ч. 1 ст. 20.25 КоАП РФ, неуплата административного штрафа в
7

срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа.

В соответствии с ч. 3 ст. 30.1 и ч. 1 ст. 30.3 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в

арбитражном суде в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

В соответствии с п. 1 ст. 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.

Приложение на 1 листе.