

ПАО «Аэрофлот» 119002, г. Москва, ул. Арбат, д. 10 ПОСТАНОВЛЕНИЕ о назначении административного наказания по делу об административном правонарушении № 4-14.3-950/77-16 «05» октября 2016 года г. Москва Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве (далее – Московское УФАС России) <...>, рассмотрев протокол от 22.09.2016 и материалы дела об административном правонарушении № 4-14.3-950/77-16, возбужденного в отношении Публичного акционерного общества «Аэрофлот — Российские авиалинии» (далее — ПАО «Аэрофлот») по факту нарушения ПАО «Аэрофлот» пункта 4 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в несоответствии действительности сведений о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара при распространении рекламы посредством электронной почты «Аэрофлот дарит Вам скидку», что образует состав административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ), в присутствии представителя ПАО «Аэрофлот» по доверенности № Д-856/13 от 30.12.2013 <...>, 1 УСТАНОВИЛ: При рассмотрении жалобы физического лица (далее — Заявителя) 07.07.2016 Комиссией Московского УФАС России в действиях ПАО «Аэрофлот» при распространении 22.01.2016 рекламы посредством электронной почты «Аэрофлот дарит Вам скидку» установлен факт нарушения пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в несоответствии действительности сведений о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара. ПАО «Аэрофлот» (мето нахождения: 119002, г. Москва, ул. Арбат, д. 10; ИНН 7712040126; КПП 770401001) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 25.01.2010 за основным государственным регистрационным номером 1027700092661. 22.01.2016 Заявителем получено электронное сообщение от адресата sswcoupon@aeroflot.ru с заголовком (темой) «Аэрофлот дарит Вам скидку». Указанное сообщение содержало, в том числе, следующие сведения: «АЭРОФЛОТ ВАША СКИДКА БИЗНЕС КЛАСС: 2% ЭКОНОМ КЛАСС: 2% Благодарим Вас за то, что выбрали ПАО «Аэрофлот» Мы рады сообщить Вам, что клиентам, купившим билеты на сайте с 01.01.2016 по 31.01.2016, мы дарим скидку на следующий перелет! ... Срок действия купонов до: 31.03.2016 ... Ознакомьтесь, пожалуйста, с правилами использования купонов Скидка действует для всех классов обслуживания и составляет 2% от тарифа. Авиабилет с использованием купона на скидку может быть оформлен только на сайте авиакомпании. Скидка не предоставляется: – для тарифов группы ПРОМО; – для класса Z в группе ОПТИМУМ БИЗНЕС; – для специальных тарифов в экономическом классе на направлениях Москва – Симферополь - Москва, Москва – Калининград - Москва, Москва – Хабаровск - Москва, Москва – Владивосток - Москва, Москва - Петропавловск-Камчатский - Москва, Москва – Южно-Сахалинск – Москва; – для билетов за премиальные мили; – для типов пассажиров: Младенцы без места, Молодежь; – для маршрутов с участием авиакомпаний-партнеров; – для маршрутов с участием рейсов совместной эксплуатации с авиакомпаниями Royal Air Maroc (AT), Alitalia (AZ), Bulgaria Air (FB), LOT Polish Airlines (LO); – для тарифов группы БЮДЖЕТ на направлениях Гавана, Нью-Йорк, Вашингтон, Лос-Анжелес, Майами, Пекин, 2 Шанхай, Гуанчжоу, Гонконг, Дели, Улан-Батор, Ханой, Хошимин, Бангкок, Пхукет, Мале, Сеул, Токио; – для направления Москва-Амстердам. ... Можно использовать несколько купонов в бронировании для нескольких пассажиров (один купон для одного пассажира). Нельзя оформить в одном

бронировании билет(ы) со скидкой и без скидки. Купон нельзя использовать при выборе типа поиска "Несколько пунктов назначения". Можно забронировать билет со скидкой на любую удобную дату, кроме периодов повышенного спроса: ... При полетах в Гуанчжоу и Гонконг дополнительно ограничение в периоды: ...». Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является информация, распространяемая 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. 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 силу статьи 2 Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», под электронными сообщениями понимается информация, переданная или полученная пользователями информационно-телекоммуникационной сети. Таким образом, любая информация, передаваемая посредством использования сетей электросвязи, является индивидуализированной по способу распространения, так как всегда направляется определенным абонентам. Между тем, в тексте рассматриваемого электронного сообщения отсутствуют персональные данные лица, на восприятие которого направлена спорная информация, за исключением адреса электронной почты получателя в адресной строке сообщения. Рассматриваемые электронные сообщения направлялись широкому кругу лиц из числа ранее пользовавшихся услугами ПАО «Аэрофлот», и никоим образом не являются персонализированными предложениями. Резюмируя изложенное, наличие в информации, переданной посредством электронной почты, некоторых индивидуальных сведений, а именно адреса электронной почты, не является обстоятельством, исключающим рекламный характер такого сообщения, так как в силу специфики способа распространения информации по сетям электросвязи направление рекламы в адрес конкретного лица предполагается априори. В соответствии с пунктом 2 статьи 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 соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе, товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот. Согласно пункту 16 информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе», информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара. Согласно пункту 2 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно

рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

Рассматриваемое электронное сообщение «Аэрофлот дарит Вам скидку» содержало сведения об услугах ПАО «Аэрофлот» по авиационным перевозкам пассажиров, объектом рекламирования являлись авиабилеты ПАО «Аэрофлот». Данное сообщение содержало средства индивидуализации ПАО «Аэрофлот», приглашала к приобретению авиабилетов со скидкой на сайте Общества, таким образом, поддерживая потребительский интерес, способствующий продвижению товара на рынке. Таким образом, рассматриваемое электронное сообщение с заголовком (темой) «Аэрофлот дарит Вам скидку», распространенной ПАО «Аэрофлот» от адресата [sswcoupon@aeroflot.ru](mailto:sswcoupon@aeroflot.ru) 22.01.2016 признано рекламой. В соответствии с пунктом 4 части 3 статьи 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. В рассматриваемой рекламе содержались следующие сведения: «ВАША СКИДКА: БИЗНЕС КЛАСС: 2%, ЭКОНОМ КЛАСС: 2%; ... Скидка действует для всех классов обслуживания и составляет 2% от тарифа». 4 Таким образом, ПАО «Аэрофлот» разъяснил в рекламе, что скидка предоставляется не на всю цену билета, а только на ее часть — тариф. Иных сведений или каких-либо исключений, примечаний о размере скидки, порядке ее определения, исчисления и т. п. в спорной рекламе не содержалось. Не приводились они и в виде наглядных гиперссылок на сайт ПАО «Аэрофлот».

Заявитель, привлеченный к объекту рекламирования рассматриваемой рекламой, принял решение о приобретении билета, тариф на который изначально составляла 7225 рублей. По выполнению условий акции, ему была предоставлена скидка в размере 85 рублей. Между тем, как отмечает Заявитель, он рассчитывал получить скидку 144,5 рублей. Должностное лицо Московского УФАС России соглашается с приведенным расчетом Заявителя, так как 144,5 рубля (144 рубля 50 копеек) действительно составляют ровно 2% от 7225 рублей. Таким образом, клиенту действительно предоставлена существенно меньшая скидка (в 1,7 раза), чем прямо обещается в рекламе. При рассмотрении дела о нарушении законодательства о рекламе № 3-5-99/77-16 ПАО «Аэрофлот» согласилось, что при приобретении билета с тарифом за 7225 рублей в рамках рассматриваемой рекламы скидка действительно составляла 85 рублей, однако считает, что в настоящем случае 2% от 7225 рублей и будет 85 рублей, а не 144,5 рубля, в связи с чем тезисно пояснило следующее. В приложении к Инструкции по проведению дисконтной программы на сайте ПАО «Аэрофлот», условиям акции, размещенным на сайте ПАО «Аэрофлот», а также в сообщении, направленном в адрес клиента, указана скидка 2% от тарифа. Между тем, ПАО «Аэрофлот» пояснило, что при бронировании перевозок последовательно используется ряд систем, расчет стоимости тарифов и сборов в которых осуществляется на основе резолюций Международной ассоциации воздушного транспорта (ИАТА) и в валюте EURO. При этом, согласно одной из данных резолюций, действует правило округления в системе в большую сторону. ПАО «Аэрофлот» представил сведения о том, что тариф на направлении Москва — Тель-Авив в случае Заявителя составлял 84,00 EURO. За вычетом скидки 2% тариф составил 82,32 EURO. Учитывая правило округления в большую сторону, итоговый тариф составил 83 EURO, а не 82,32 EURO. Согласно письменным пояснениям ПАО «Аэрофлот», курс рубля по отношению к EURO в момент приобретения билета по рекламной акции составлял 86 рублей, однако, так как умножению на 86 подлежали не 82,32 EURO, а 83 EURO, итоговый

тариф посчитан как 7140 рублей, а не 7080,5 рублей, как ожидал заявитель. Вместе с тем, должностное лицо Московского УФАС России критически относится к указанным пояснениям ПАО «Аэрофлот» о причинах, почему заявитель (потребитель рекламы) получил скидку, значительно меньшую, чем 5 рекламируемая. В силу статьи 1 Закона о рекламе, целью Закона о рекламе является, в том числе, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы. Согласно части 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются. Согласно пункту 28 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58, оценка рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями. Указанные требования законодательства и разъяснения Пленума ВАС РФ направлены, в том числе, на защиту потребителей — физических лиц, являющихся наиболее незащищенной и экономически слабой стороной при заключении договора. Объектом рекламирования спорной рекламы являются авиационные перевозки пассажиров, а равно авиабилеты ПАО «Аэрофлот», т. о. восприняв объект рекламирования и пожелав им воспользоваться (приняв решение приобрести его на основании ознакомления с рекламой) потребитель рекламы соглашается заключить публичный договор воздушной перевозки пассажиров. Сама по себе скидка, т. е. уменьшение обычной цены на товар, безусловно направлена на привлечение большего количества покупателей к рекламируемому товару, так как очевидно потребителю интересно приобретение товара по цене ниже обычной. В связи с этим, не соответствующее истине утверждения о скидках на товары формируют у потребителя определенные, но ничем не оправданные ожидания, вводя потребителя в заблуждение относительно существа тех или иных обязательств рекламодателя, способны предопределить его выбор и вынудить совершить действия, которые он не совершил бы, обладая достоверной информацией о реальном размере скидок, а равно и итоговой цене товара. В настоящем случае потребитель рекламы определенно рассчитывал получить скидку в размере, отраженном в рекламе — т. е. 2%. Никаких иных сведений, из которых лицо могло бы сделать вывод о том, что при расчете фактической скидки ПАО «Аэрофлот» будет использовать вышеописанную схему с округлением цены не в пользу потребителя, в рекламе не содержалось. В конечном итоге, схема расчетов скидки ПАО «Аэрофлот» не описывается в рекламе и не доступна для обычного потребителя рекламы. Описанный рекламодателем механизм предоставления скидки предполагает наличие у потребителя специальных познаний, как нескольких систем расчета тарифов ПАО «Аэрофлот» (Sabre Sonic Web, Airline Tariff Publishing Company), так и резолюций международной ассоциации воздушного транспорта (резолюции № 24d и 24e ИАТА). Должностному лицу административного органа представляются б надуманными пояснения ПАО «Аэрофлот» о том, что размер скидки, фактически предоставляемой Обществом клиентам, соответствует размеру скидки указанному в рекламе, однако расхождение не в пользу заявителя обусловлено исключительно подлежащими применению в обязательном порядке правилами округления. Представленные доводы ПАО «Аэрофлот» связаны лишь с попыткой обоснования правомерности применяемой им системы расчета тарифов и не опровергают доводы должностного лица Московского УФАС России об отсутствии в рекламе достоверных сведений о том, что фактический размер скидки на тариф складывается не путем вычитания 2% от начальной цены, а иным, более сложным и не выгодным потребителю способом. Заявитель не знал и не обязан был знать о вышеуказанном, в связи с чем его права были нарушены, так как он не получил

прямо обещанную скидку. Фактическая скидка составила не (2%), а (2% минус «тарифное округление»), на описание которого в письменных пояснениях по делу даже у ПАО «Аэрофлот» ушло более страницы текста. Таким образом, информация о размере скидки в рассматриваемой рекламе является недостоверной. В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо. В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств. В соответствии со сведениями, представленными АО «РСИЦ», администратором домена aeroflot.ru является ПАО «Аэрофлот». Положения статьи 2 Федерального закона от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» устанавливают, что сайтом в сети «Интернет» является совокупность программ для электронных вычислительных машин и иной информации, содержащейся в информационной системе, доступ к которой обеспечивается через сеть «Интернет» по доменным именам и (или) по сетевым адресам, позволяющим идентифицировать сайты в сети «Интернет». Доменным именем является обозначение символами, предназначенное для адресации сайтов в сети «Интернет» в целях обеспечения доступа к информации, размещенной в сети «Интернет». Владелец сайта в сети «Интернет» — это лицо, самостоятельно и по своему усмотрению определяющее порядок использования сайта в сети «Интернет», в том числе порядок размещения информации на таком сайте. Таким образом, лицом, отправляющим электронное письмо с применением сайта в сети «Интернет», является владелец сайта в сети «Интернет» (администратор домена). Данное лицо в полной мере принимает на себя права по распоряжению и управлению (администрированию) доменом второго уровня (состоящего из наименования домена, точки и расширения домена), отвечает за любые действия, совершенные с использованием такого 7 домена, в том числе направление электронных сообщений с применением домена второго уровня. Исходя из пункта 10 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58, в отношении одной и той же рекламы одно лицо может являться одновременно рекламодателем и рекламодателем. В настоящем случае ПАО «Аэрофлот» является как продавцом товара (приобретение билета осуществляется на сайте Общества), определившим объект рекламирования, так и лицом, осуществившим распространение рекламы по сетям электросвязи с использованием собственного адреса электронной почты. Таким образом, рекламодателем и рекламодателем рекламы «Аэрофлот дарит Вам скидку», распространенной от адресата sswcoupon@aeroflot.ru 22.01.2016, является ПАО «Аэрофлот». На основании изложенного, должностным лицом Московского УФАС России в рекламе «Аэрофлот дарит Вам скидку; ВАША СКИДКА: БИЗНЕС КЛАСС: 2%, ЭКОНОМ КЛАСС: 2%», распространенной ПАО «Аэрофлот» по сетям электросвязи, установлено нарушение пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе. В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, является ненадлежащей. Таким образом, реклама «Аэрофлот дарит Вам скидку; ВАША СКИДКА: БИЗНЕС КЛАСС: 2%, ЭКОНОМ КЛАСС: 2%» является ненадлежащей. В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, несет рекламодатель. Таким образом, ответственность за нарушение пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе в рассматриваемой

рекламе несет ПАО «Аэрофлот». Местом совершения административного правонарушения является место поступления в адрес Заявителя спорной рекламы — г. Москвы. Время совершения административного правонарушения — 22.01.2016 (дата поступления в адрес Заявителя спорной рекламы). В соответствии с частью 1 статьи 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 частью 2 статьи 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. 8 Вина ПАО «Аэрофлот» состоит в распространении рекламы посредством электронной почты «Аэрофлот дарит Вам скидку» с нарушением пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в несоответствии действительности сведений о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара. При составлении протокола представителем ПАО «Аэрофлот» заявлено ходатайство о прекращении административного производства вследствие малозначительности действий, так как совершенное административное правонарушение какого-либо ущерба имущественным правам граждан или общественным отношениям не причинило. Кроме того, как отмечает представитель ПАО «Аэрофлот», ранее Общество за нарушение законодательства о рекламе к административной ответственности не привлекалось и на момент рассмотрения Московским УФАС дела № 3-5-99/77-16, рассматриваемая рекламная акция уже была прекращена. Должностное лицо Московского УФАС России отклоняет заявленное ходатайство по следующим основаниям. В соответствии со статьей 2.9 КоАП РФ при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, орган, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием. Малозначительным правонарушением является действие или бездействие, хотя формально и содержащее признаки состава административного правонарушения, но, с учетом характера совершенного правонарушения и роли правонарушителя, размера вреда и тяжести наступивших последствий, не представляющее существенного нарушения охраняемых общественных правоотношений. Квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях и производится с учетом положений пункта 18 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» применительно к обстоятельствам конкретного совершенного лицом деяния. Иное способствовало бы формированию атмосферы безнаказанности и было бы несовместимо с принципом неотвратимости ответственности правонарушителя. Объектом правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, является установленный законом порядок осуществления рекламной деятельности. При этом объективную сторону данного правонарушения образует сам факт несоблюдения предусмотренных законодательством Российской Федерации о рекламе требований к содержанию

рекламы. Само по себе отсутствие доказательств наступления общественно-9 опасных последствий при выявлении правонарушения, имеющего формальный состав не может свидетельствовать о малозначительности правонарушения. Вместе с тем, по мнению антимонопольного органа, административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, может быть признано малозначительным при наличии совокупности следующих обстоятельств (Письмо ФАС России от 30.09.2013 № АК/38198/13 «О малозначительности в рекламе»): небольшой масштаб рекламной кампании — один или незначительное количество номеров СМИ (или иных рекламодателей), в которых распространялась реклама, один или незначительное количество дней, в которые распространялась реклама, отсутствие жалоб со стороны потребителей или организаций-конкурентов о введении их в заблуждение или о нарушении их прав рекламой, отсутствие ранее вынесенных в отношении лица, в отношении которого возбуждено дело об административном правонарушении, постановлений о привлечении к административной ответственности за нарушения Закона о рекламе (факт совершения правонарушения впервые), отсутствие пренебрежительного отношения к положениям законодательства при распространении рекламы. Между тем, как было установлено материалами дела, спорная реклама была распространена 561 834 клиентам ПАО «Аэрофлот». Таким образом, должностное лицо Московского УФАС России приходит к выводу, что ненадлежащая реклама была доведена до широкого круга лиц, которые могли быть введены в заблуждение такой информацией. При рассмотрении настоящего дела также учтено, что дело № 3-5-99/77-16 возбуждено на основании обращения физического лица, что свидетельствует о нарушении ПАО «Аэрофлот» прав и законных интересов конкретного лица. Таким образом, в материалах дела имеются сведения о конкретных обстоятельствах (значительное число лиц, которым была продемонстрирована спорная реклама, жалоба физического лица), которые свидетельствуют о невозможности квалификации рассматриваемого административного правонарушения как малозначительного. Московским УФАС России не установлено объективных обстоятельств, делающих невозможным соблюдение указанных требований. В соответствии с частью 3 статьи 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 административную ответственность. Согласно пункту 7 части 1 статьи 4.2 КоАП РФ обстоятельством, смягчающим административную ответственность, является добровольное исполнение до вынесения постановления по делу об административном правонарушении лицом, совершившим административное правонарушение, предписания об устранении допущенного нарушения, выданного ему органом, осуществляющим государственный контроль (надзор) и муниципальный контроль. 07.07.2016 Комиссией Московского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по результатам рассмотрения дела № 3-5-99/77-16 ПАО «Аэрофлот» было выдано Предписание № 136 о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно о прекращении распространения рекламы посредством электронной почты «Аэрофлот дарит Вам скидку» с нарушением пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе. ПАО «Аэрофлот» до вынесения настоящего постановления в адрес Московского УФАС России представлены документы, свидетельствующие об исполнении Предписания № 136 от 07.07.2016. Таким образом, установлено обстоятельство,

смягчающее административную ответственность ПАО «Аэрофлот». Должностным лицом Московского УФАС России не установлено обстоятельств, отягчающих административную ответственность ПАО «Аэрофлот». В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем 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 100 000 рублей. Руководствуясь статьями 33, 38 Закона о рекламе, статьями 4.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ, ПОСТАНОВИЛ: 1. Признать юридическое лицо — ПАО «Аэрофлот» (место нахождения: 119002, г. Москва, ул. Арбат, д. 10; ИНН 7712040126; КПП 770401001; дата регистрации: 25.01.2010; ОГРН 1027700092661) виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ. 2. Назначить юридическому лицу — ПАО «Аэрофлот» (место нахождения: 119002, г. Москва, ул. Арбат, д. 10; ИНН 7712040126; КПП 770401001; дата регистрации: 25.01.2010; ОГРН 1027700092661) административное наказание в виде административного штрафа в размере 100 000 (ста тысяч) рублей. Согласно части 1 статьи 32.2 КоАП РФ, административный штраф 11 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 частью 5 статьи 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 частью 5 статьи 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 ПАО «Аэрофлот», 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 № 4-14.3-950/77-16. Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП РФ, неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа. В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении может быть 12 обжаловано в установленном законом порядке в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления. В соответствии с пунктом 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. Приложение на 1 листе. Заместитель руководителя <...> 13