

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

О НАЗНАЧЕНИИ АДМИНИСТРАТИВНОГО НАКАЗАНИЯ ПО ДЕЛУ № 045/04/14.3-210/2021 ОБ АДМИНИСТРАТИВНОМ ПРАВОНАРУШЕНИИ

15 декабря 2021 года г. Курган

Я, заместитель руководителя управления – начальник отдела контроля товарных, финансовых рынков и рекламного законодательства Управления Федеральной антимонопольной службы по Курганской области (далее – Курганское УФАС России) <...>, рассмотрев на основании статьи 23.48 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) и в порядке статьи 29.7 КоАП РФ материалы дела об административном правонарушении, возбужденного в отношении ИП Прокурова Алексея Владимировича (ОГРНИП: 319450100020524, ИНН: 450132010209, Дата присвоения ОГРНИП: 12.08.2019, далее – ИП Прокуров А.В.) по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ,

при участии:

от лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении: защитник ИП Прокурова А.В. <...> (паспорт, доверенность б/н от 14.12.2021),

УСТАНОВИЛ:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением требований законодательства Российской Федерации о рекламе Курганским УФАС России в соответствии со статьёй 33 Закона о рекламе, была зафиксирована информация следующего содержания: «№1 такси ОМЕГА наша ЛУЧШАЯ ТАКСА 333-333 *Служба заказа такси «Омега» не является таксомоторной организацией, заказы передаются исполнителям», размещенная на рекламных конструкциях по следующим адресам: г. Курган, ул. Ленина, между домов № 42 и № 44, акт осмотра от 11.07.2021 (т.1 л.д.2-3); г. Курган, ул. Савельева, д. 56, акт осмотра от 16.07.2021 (т.1. л.д.5-8); г. Курган, ул. Гоголя, 10, акт осмотра от 21.07.2021 (т.1 л.д.20-21); г. Курган, ул. Красина, д.50, акт осмотра от 09.08.2021 (т.1 л.д.43-44), г.Курган, ул.Химмашевская 8а, вдоль ул.Бурова Петрова, акт осмотра от 09.10.2021 (т.2 л.д.26-28).

По итогам рассмотрения указанных обстоятельств и материалов Курганским УФАС России вынесено решение по делу № 045/05/5-30/2021 от 13.10.2021 (т.2, л.д. 125-128), которым решено признать рекламу следующего содержания: «№1 такси ОМЕГА наша ЛУЧШАЯ ТАКСА 333-333 *Служба заказа такси «Омега» не является таксомоторной организацией, заказы передаются исполнителям» ненадлежащей, нарушающей требования пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе (пункт 1); предписание ИП Прокурову Алексею Владимировичу не выдавать (пункт 2);

прекратить производство по делу в отношении ООО «Омега-финанс», Забировой Ольги Игоревны (пункт 3); передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Курганского УФАС России для принятия решения о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренного статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (пункт 4).

Старшим государственным инспектором отдела контроля товарных, финансовых рынков и рекламного законодательства Курганского УФАС России Подкорытовым М.В. составлен протокол по делу № 045/04/14.3-210/2021 об административном правонарушении от 23.11.2021 в отношении ИП Прокурова А.В. по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Определением от 23.11.2021 назначены время и место рассмотрения дела на 15.12.2021 в 10 час. 00 мин. по адресу: г. Курган, ул. М. Горького, д. 40, каб. 212.

От ИП Прокурова А.В. поступили письменные объяснения, согласно которым рассматриваемая реклама не нарушает действующее законодательство, является надлежащей, признаки недостоверности отсутствуют, кроме того, отсутствует состав административного правонарушения, указывает, что размещение рассматриваемой рекламы в настоящее время не осуществляется, представлена копия договора № 531 от 17.02.2021 на размещение рекламы по адресу: г. Курган, ул. Химмашевская, 8а вдоль ул. Бурова-Петрова, заключенного с ООО «Дилайт».

ИП Прокуров А.В. на рассмотрение дела не явился, извещен надлежащим образом.

Защитник при рассмотрении дела письменную позицию поддержал, вину во вменяемом правонарушении не признает.

Исследовав материалы дела, заслушав лиц, участвующих в деле, должностное лицо приходит к следующим выводам.

В соответствии с частью 1 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий федеральный государственный контроль (надзор) в сфере рекламы; возбуждение и рассмотрение дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. Кроме того, в силу пункта 7 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе применять меры ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, под рекламой понимается 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, не отвечающая признакам, содержащимся в понятии рекламы, не может быть признана рекламой, на такую информацию, а также на порядок ее размещения, не распространяются положения Закона о рекламе.

Квалифицирующими признаками рекламы являются:

- информативный характер;

- направленность от субъекта рекламного сообщения к адресату – неопределенному кругу лиц;

- цель рекламного сообщения – привлечение внимания к объекту рекламирования с целью его продвижения на рынке.

Независимо от формы или используемого средства распространения реклама должна быть распознаваема без специальных знаний или без применения технических средств непосредственно в момент ее представления именно как реклама. Таким образом, признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, сформировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

Информация следующего содержания: «№1 такси ОМЕГА наша ЛУЧШАЯ ТАКСА 333-333 *Служба заказа такси «Омега» не является таксомоторной организацией, заказы передаются исполнителям», размещенная на рекламных конструкциях, в силу статьи 3 Закона о рекламе является рекламой, поскольку обладает всеми квалифицирующими ее признаками: распространена на рекламных конструкциях г.Кургана; адресована неопределенному кругу лиц, поскольку потребитель заранее не определен в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования; направлена на привлечение внимания потребителей к услугам, предоставляемым соответствующим рекламодателем и осуществляемой им деятельности (услуги заказа такси «Омега»); объектом рекламирования выступают услуги заказа такси, которые являются конкретным объектом рекламирования, выделяющимися среди однородных услуг (услуги заказа иных такси); целью распространения рекламы является увеличение спроса, привлечения клиентов на рекламируемые услуги.

Смысловое значение слова «ТАКСА» в рассматриваемой рекламе с учетом особенностей оказания услуг заказа такси обозначает цену за услугу заказа такси «Омега».

При оценке рекламы, содержащей информацию, указанную мелким, трудным для восприятия шрифтом, следует учитывать то, что, исходя из понятия рекламы она предназначена для распространения среди неопределенного круга лиц, в связи с чем вся информация, включая обязательные к указанию сведения, должна быть доступна для потребителей при ознакомлении с рекламой без специальных усилий и применения специальных средств.

При этом то обстоятельство, что нормами Закона о рекламе не установлен размер шрифта, не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть любым, поскольку как следует из положений статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна вводить в заблуждение потребителей.

С учетом изложенного, в случае когда являющаяся существенной для потребителей информация, отсутствие которой способно обмануть их ожидания,

сформированные рекламой, формально присутствует в рекламе, однако форма представления сведений такова, что данная информация не может быть воспринята потребителями, следует признать, что данные сведения не были доведены для неопределенного круга лиц надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получил информацию и вводится в заблуждение относительно предлагаемой услуги.

Следовательно, в таком случае необходимо исходить из того, что размер и способ доведения до потребителей рекламной информации должны быть такими, чтобы изложенные в рекламе условия воспринимались обычным человеком обычным образом, т.е. без использования вспомогательных технических средств и в течение времени, в которое возможно восприятие информации.

Так, наличие слова «наша» в словосочетании «наша ЛУЧШАЯ ТАКСА» в рассматриваемой рекламе, напечатанного мелким шрифтом, нечитаемым с большого расстояния и расположенного вертикально относительно горизонтального написания слов «ЛУЧШАЯ ТАКСА», не позволяет потребителю воспринимать данные сведения и не может рассматриваться как их наличие.

Размещение привлекательной для потребителя информации крупным шрифтом, менее привлекательной информации – способом, затрудняющим ее восприятие, свидетельствует о недобросовестности рекламы.

При этом, поскольку вышеуказанная реклама направлена на формирование у потребителя желания воспользоваться услугой «по лучшей таксе», то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей рекламы, ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым предложением.

Таким образом, для привлечения внимания потребителей к объекту рекламирования – услугам заказа такси «Омега», формированию и поддержанию интереса к ним, продвижению на рынке в рекламе содержатся сравнительные характеристики: символы «№1» на футболке собаки породы такса, словосочетание «ЛУЧШАЯ ТАКСА» с незаметным словом «наша», что указывает на цены, которые наиболее выгодны для потребителя, тем самым создается впечатление о превосходстве товара.

Кроме того, в рассматриваемой рекламе отсутствует подтверждение с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

ИП Прокуровым А.В. не представлены доказательства того, что с момента размещения рассматриваемой рекламы цены на услугу заказа такси являлись «лучшими», «№1».

В соответствии с пунктом 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «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, например, путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», 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 (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

Пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе установлено, что ненадлежащей рекламой является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В силу части 1 статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

На основании изложенного, информация следующего содержания: «№1 такси ОМЕГА наша ЛУЧШАЯ ТАКСА 333-333 *Служба заказа такси «Омега» не является таксомоторной организацией, заказы передаются исполнителям» нарушает требования пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (пункт 5 статьи 3 Закона о рекламе).

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных в том числе частями 2 - 8, 10.4 и 12 статьи 5 указанного закона.

Как установлено и подтверждается материалами дела рекламодателем информации следующего содержания: «№1 такси ОМЕГА наша ЛУЧШАЯ ТАКСА 333-333 *Служба заказа такси «Омега» не является таксомоторной организацией, заказы передаются исполнителям» является ИП Прокуров А.В.

Указанные выше обстоятельства установлены материалами дела № 045/05/5-30/2021, решением по делу № 045/05/5-30/2021 от 13.10.2021, протоколом по делу № 045/04/14.3-210/2021 об административном правонарушении от 23.11.2021.

Согласно части 1 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем 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.

В силу части 1 статьи 1.5 КоАП РФ лицо подлежит административной ответственности только за те административные правонарушения, в отношении которых установлена его вина.

Административное правонарушение признается совершенным умышленно, если лицо, его совершившее, сознавало противоправный характер своего действия (бездействия), предвидело его вредные последствия и желало наступления таких последствий или сознательно их допускало либо относилось к ним безразлично (часть 1 статьи 2.2 КоАП РФ).

Административное правонарушение признается совершенным по неосторожности, если лицо, его совершившее, предвидело возможность наступления вредных последствий своего действия (бездействия), но без достаточных к тому оснований самонадеянно рассчитывало на предотвращение таких последствий либо не предвидело возможности наступления таких последствий, хотя должно было и могло их предвидеть (часть 2 статьи 2.2 КоАП РФ).

По результатам оценки в соответствии со статьёй 26.11 КоАП РФ представленных материалов должностное лицо установило, что ИП Прокуров А.В. имел возможность не допустить распространение рекламы с нарушением требований законодательства Российской Федерации о рекламе.

Доказательств того, что ИП Прокуров А.В. принял все зависящие от него меры для соблюдения требований законодательства, в материалах дела не имеется, как и не представлены доказательства объективной невозможности несоблюдения требований действующего законодательства.

Таким образом, ИП Прокуров А.В. является виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое установлена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Доводы защитника и лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, об отсутствии состава административного правонарушения, об отсутствии нарушений в рассматриваемой рекламе Закона о рекламе отклоняются как несостоятельные, основанные на ошибочном толковании норм права и противоречащие собранным по делу доказательствам.

Причастность ИП Прокурова А.В. к совершению административного правонарушения проявляется в распространении на него требований законодательства Российской Федерации о рекламе.

Местом совершения административного правонарушения является местонахождение рассматриваемых рекламных конструкций, временем совершения административного правонарушения является дата составления актов осмотра рассматриваемых рекламных конструкций, а именно: г. Курган, ул. Ленина, между домов № 42 и № 44, акт осмотра от 11.07.2021 (т.1 л.д.2-3); г. Курган, ул. Савельева, д. 56, акт осмотра от 16.07.2021 (т.1. л.д.5-8); г. Курган, ул. Гоголя, 10, акт осмотра от 21.07.2021 (т.1 л.д.20-21); г. Курган, ул. Красина, д.50, акт осмотра от

09.08.2021 (т.1 л.д.43-44), г.Курган, ул.Химмашевская 8а, вдоль ул.Бурова Петрова, акт осмотра от 09.10.2021 (т.2 л.д.26-28).

Объектом административного правонарушения являются общественные отношения, складывающиеся в ходе осуществления контроля (надзора) антимонопольным органом в сфере законодательства Российской Федерации о рекламе.

Объективную сторону административного правонарушения составляют действия ИП Прокурова А.В. по распространению рекламы с нарушением требований законодательства Российской Федерации о рекламе.

У ИП Прокурова А.В. имелась возможность не нарушать требования действующего законодательства Российской Федерации о рекламе, однако лицо допустило указанное нарушение.

Срок давности привлечения к административной ответственности, установленный статьей 4.5 КоАП РФ, не истек.

Обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении (статья 24.5 КоАП РФ), не выявлено.

Причины и условия, способствовавшие совершению административного правонарушения, не выявлены.

Согласно статье 4.1.1 КоАП РФ некоммерческим организациям, а также являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, и юридическим лицам, а также их работникам за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей раздела II настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных частью 2 статьи 3.4 настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 настоящей статьи.

Поскольку ИП Прокуров А.В. за однородные правонарушения к административной ответственности ранее не привлекался и состоит в Едином реестре субъектов малого и среднего предпринимательства, должностное лицо, руководствуясь статьёй 4.1.1 КоАП РФ, считает необходимым заменить административное наказание в виде административного штрафа, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, на предупреждение.

На основании вышеизложенного, руководствуясь статьёй 4.1.1, частью 1 статьи 14.3, статьями 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать ИП Прокурова Алексея Владимировича (ОГРНИП: 319450100020524, ИНН: 450132010209, Дата присвоения ОГРНИП: 12.08.2019) виновным в совершении административного правонарушения, административная ответственность за которое установлена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, и назначить административное наказание в виде предупреждения.

В соответствии с пунктом 3 части 1 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу, либо в суд по месту рассмотрения дела в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 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.