Исх. №АР-08/13386 от 06.09.2019

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан <…> – (должностное лицо), рассмотрев протокол и материалы дела №016/04/14.3-1378/2019 об административном правонарушении, возбужденного в отношении юридического лица ООО «МВМ» (место нахождения юридического лица: <…>; ОГРН: <…>; ИНН: <…>; КПП: <…>, дата присвоения ОГРН: <…>) по факту нарушения требований части 7 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закона «О рекламе»), ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ),

в отсутствии ООО «МВМ» или его представителя по доверенности,

УСТАНОВИЛ:

В ходе осуществления государственного надзора в соответствии со статьей 33 Закона «О рекламе», Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) был установлен факт распространения на рекламном щите рядом с проезжей частью рекламы с текстом: «М.видео ВЕСНА SALE НА ВСЁ ТРЦ «Порт», содержащей признаки нарушения части 7 статьи 5 Закона «О рекламе» (Рисунок 1).

Согласно положениям статьи 3 Закона «О рекламе» под рекламой следует понимать информацию, распространенную любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованную неопределенному кругу лиц и направленную на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке (пункт 1); ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации (пункт 4).

В соответствии с частью 7 статьи 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.

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан составлен акт фиксации нарушения Закона «О рекламе» при распространении на рекламном щите ББ-1012А по адресу: <…> вышеуказанной рекламы.

В рассматриваемой рекламе большую часть занимает наиболее привлекательная для потребителя информация «SALE НА ВСЁ». Данная информация изложена крупным шрифтом.

В случае трактовки слова SALE как общепринятое распродажа, имеет место прочтение данной рекламы как «РАСПРОДАЖА НА ВСЁ». Следовательно, прочитав данную рекламу, у потребителей складывается впечатление, что в магазине М.видео, находящемся в ТРЦ «ПОРТ» по ул. <…>, <…> проходит распродажа на все товары.

Вместе с тем, далее в рекламной конструкции мелким шрифтом указана остальная информация в отношении условий данной акции, которые не поддаются

прочтению.

Согласно пункту 28 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

Поэтому если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегль), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования». И что очень важно: оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Учитывая расположение данной рекламной конструкции непосредственно у проезжей части, что в свою очередь предполагает ее адресность и направленность в первую очередь на потребителей рекламы, находящихся в транспортных средствах, у потребителей рекламы ввиду количества времени для ее восприятия, мелкого размера шрифта, которым изложены существенные условия по сравнению с размером основного шрифта, высоты расположения текста, отсутствует возможность для целостного восприятия всей информации относительно проводимой распродажи.

При этом, в данном случае существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламы.

В связи с тем, что ООО «МВМ» (<…>, ОГРН <…>, ИНН <…>) зарегистрировано на территории, подведомственной Московскому Управлению Федеральной антимонопольной службы и на территории другого государства, на основании пункта 3.34 приказа ФАС России от 23.11.2012г. № 711/12 «Об утверждении Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе» и в соответствии с пунктом 6 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006г. № 508, Татарстанское УФАС России ходатайствовало перед ФАС России о наделении полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в отношении ООО «МВМ» по факту распространения рекламы, содержащей признаки нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

ФАС России рассмотрел ходатайство Татарстанского УФАС России о наделении полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, по факту распространения

рекламы «М.видео ВЕСНА SALE НА ВСЁ ТРЦ «Порт», содержащей признаки нарушения части 7 статьи 5 Закона «О рекламе» в отношении ООО «МВМ» наделил Татарстанское УФАС полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Согласно части 6 статьи 38 Закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частями 2 - 8, 12 статьи 5, статьями 6 - 9, частями 4 - 6 статьи 10, статьей 12, частью 3 статьи 19, частями 2 и 6 статьи 20, частями 1, 3, 5 статьи 21, статьями 24 и 25, частями 1 и 6 статьи 26, частями 1 и 5 статьи 27, статьями 28 - 30.1 Закона «О рекламе».

Рекламодателем является ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ «МВМ» (<…>, ОГРН <…>, ИНН <…>).

Согласно письменных пояснений ООО «МВМ» в период с 01.03.2019г. по 11.03.2019 г. во всех магазинах торговой сети «М.видео», включая интернет-магазин на сайте <…> проходила рекламная акция «Весна Sale».

Действие данной акции распространялось на товары из акционного перечня «Весна Sale», который являлся единым для всех городов-участников и утверждался генеральным директором общества.

В тексте рекламы акции: «М.видео ВЕСНА SALE НА ВСЁ» после слова «ВСЁ» был поставлен отсылочный знак ** на условия акции. В дисклеме под отсылочным знаком ** был указан текст следующего содержания: «НА ВСЕ КАТЕГОРИИ ТОВАРОВ ИЗ АКЦИОННОГО СПИСКА».

По мнению ООО «МВМ» наличие в тексте рекламы уже одного только отсылочного знака ** после слова «ВСЁ», исполненного шрифтом, доступным для восприятия, в том числе с учетом ограниченного времени для прочтения информации из проезжающего транспорта (водителями транспортных средств и пассажирами) информирует потребителей данной рекламы о наличии уточняющих условий, в том числе, способных обмануть их ожидания, в частности, о том, что предложение распространялось лишь на определенный перечень товаров, что исключает возможность введения в заблуждение.

Вместе с тем, по мнению Татарстанского УФАС России, указанная реклама направлена в первую очередь для привлечения внимания потребителей к данной акции, следовательно, условия акции являются существенной информацией, в случае, даже если потребитель увидит знак «**», который также указан мелким шрифтом, условия на которых предлагается товар прочитать не сможет.

Таким образом, данная реклама способна ввести потребителей в заблуждение, а также обмануть ожидания покупателей, что не соответствует требованиям части 7 статьи 5 Закона «О рекламе».

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с частью 1 статьи 5 Закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с пунктами 1 и 2 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.

Ответственность за данное правонарушение предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, согласно которой нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 5 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, 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 тысяч до пятисот тысяч рублей.

Таким образом, действия ООО «МВМ», выразившиеся в нарушении законодательства о рекламе, образуют состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Время совершения ООО «МВМ» административного правонарушения: 11.03.2019 г.

Место совершения ООО «МВМ» административного правонарушения: <…>, г. <…>, ул. <…>.

ООО «МВМ» надлежащим образом уведомлено о дате, времени и месте рассмотрения настоящего дела об административном правонарушении.

Рассмотрение дела об указанном правонарушении состоялось 03 сентября 2019 года в 11 часов 15 минут по адресу: г. Казань, ул. Московская, д. 55, в отсутствии ООО «МВМ» или его представителя по доверенности.

Решением по делу №016/05/5-330/2019 реклама ООО «МВМ», с текстом: «М.видео ВЕСНА SALE НА ВСЁ ТРЦ «Порт» признана ненадлежащей, не соответствующей требованиям части 7 статьи 5 Закона «О рекламе».

Доказательствами по данному делу являются материалы дела №016/05/5-330/2019, возбужденного Татарстанским УФАС России по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Решая вопрос о виде и размере административного наказания, учитывается характер совершенного административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица (личность виновного, его имущественное положение) обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Учитывая то обстоятельство, что у ООО «МВМ» имелись условия для соблюдения требований Закона «О рекламе», оснований для признания указанного правонарушения в силу статьи 2.9 КоАП РФ малозначительным не имеется.

Совершенное правонарушение, не является исключительным случаем, поэтому не

могло быть расценено в качестве малозначительного. Ответственность за указанные деяния наступает независимо от возникновения или не возникновения общественно опасных последствий. Наступление общественно опасных последствий при совершении правонарушений с формальным составом презюмируется самим фактом совершения действий или бездействия.

Обязанность каждого соблюдать закон, закреплена в Конституции Российской Федерации.

В рассматриваемом случае совершенное правонарушение посягает на права неопределенного круга лиц, как возможных потребителей рекламируемых услуг на получение полной и достоверной информации, что создает в результате совершения данного правонарушения существенную угрозу охраняемым общественным отношениям в сфере рекламы.

При рассмотрении настоящего дела обстоятельств, предусмотренных статьей 24.5 КоАП РФ, не выявлено, равно, как отсутствуют и иные основания для прекращения производства по делу об административном правонарушении.

Оснований для применения статьи 2.9 КоАП РФ не установлено.

Руководствуясь статьями 23.48, 29.9, а также частью 1 статьи 14.3, частью 3.2 и 3.3 статьи 4.1, частью 2 статьи 25.1, статьей 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать ООО «МВМ» (место нахождения юридического лица: <…>; ОГРН: <…>; ИНН: <…>; КПП: <…>, дата присвоения ОГРН: <…>), виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ и назначить наказание в виде административного штрафа в размере 100 000 (сто тысяч) рублей 00 копеек.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5 КоАП сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме.

Согласно части 1 статьи 32.2 КоАП РФ, административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее 60 (шестидесяти) дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу, за исключением случая, предусмотренного частью 1.1 статьи 32.2 КоАП РФ, либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП РФ.

Сумма административного штрафа должна быть перечислена по следующим реквизитам:

Банк получателя – <…>;

БИК Банка – <…>;

Расчетный счет – <…>;

Получатель – <…> (<…>)

ИНН получателя – <…>;

КПП получателя – <…>;

ОКТМО – <…>;

КБК – <…>;

УИН – <…>.

Назначение платежа – денежное взыскание (штраф) за нарушение законодательства о рекламе, налагаемое федеральным органом государственной власти по делу №016/04/14.3-1378/2019.

Копию документа, подтверждающего уплату административного штрафа, лицо, привлеченное к административной ответственности, направляет должностному лицу, вынесшему постановление, по факсу в Татарстанское УФАС России, ул. Московская д. 55, г. Казань, 420021, тел. (факс): 8(843) 238-19-46.

Согласно части 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 части 1 или 1.1 статьи 32.2 КоАП РФ, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, направляют соответствующие материалы судебному приставу-исполнителю для взыскания суммы административного штрафа в порядке, предусмотренном федеральным законодательством. Кроме того, в отношении лица, не уплатившего административный штраф, должностное лицо федерального органа исполнительной власти, его учреждения, структурного подразделения или территориального органа, а также иного государственного органа, уполномоченного осуществлять производство по делам об административных правонарушениях (за исключением судебного пристава-исполнителя), составляет протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 КоАП РФ, в соответствии с которой неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного штрафа.

В соответствии с пунктом 7 статьи 21 Федерального закона от 02.10.2007г. №229-ФЗ «Об исполнительном производстве» постановление о наложении штрафа может быть предъявлено к исполнению в течение двух лет со дня их вступления в законную силу.

В соответствии с частью 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 суд в течение 10 суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статье 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.

<…> – (должностное лицо)