

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении штрафа по делу № 03-14.3ч.1/16

об административном правонарушении

10 февраля 2016 года

г. Челябинск

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области, <....>, рассмотрев материалы административного дела № 03-14.3ч.1/16, возбужденного в отношении директора филиала ООО «СКМ» в г. Челябинске <....> _____ года рождения, место рождения: _____

_____, зарегистрирован по адресу: _____

_____, паспорт <...> серия <...> номер <...> выдан: _____

_____, дата выдачи: _____ (далее -

<....>) по факту размещения в электронном СМИ: «2ГИС», интернет – площадке 2gis.ru, веб-приложении «2ГИС. Челябинск», в разделе «Лифты» рекламной информации следующего содержания: «Чемпион России по лифтам и эскалаторам!», с нарушением пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях,

в присутствии <....>.,

в присутствии специалиста - эксперта отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией Челябинского УФАС России <....>.,

исследовав материалы дела, разъяснив лицу, в отношении которого возбуждено дело об административном правонарушении, права, а именно: знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы и иные процессуальные права и обязанности, предусмотренные Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии со статьей 51 Конституции РФ никто не обязан свидетельствовать против самого себя, своего супруга и близких родственников, круг которых определяется федеральным законом,

УСТАНОВИЛ:

в Управление Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области поступило заявление ООО «Союзлифтмонтаж» о размещении ООО «СКМ» на сайте 2gis.ru/chelyabinsk в разделе «Лифты» рекламной информации следующего

содержания: «Чемпион России по лифтам и эскалаторам!».

Челябинским УФАС России установлено, что в разделе «Лифты» электронного справочника 2ГИС Челябинск располагается информация о местонахождении различных организаций. При выборе организации из списка пользователь может увидеть краткую характеристику компании, режим работы, адрес, контакты. Для ознакомления с более подробной информацией пользователю необходимо выделить наименование организации, после чего происходит открытие вкладки, где размещаются сведения об организации. В верхней строке размещена информация об ООО «СКМ» следующего содержания: «СКМ, ООО, лифтовая компания, Братьев Кашириных, 85 а Чемпион России по лифтам и эскалаторам!».

Согласно части 1 статьи 3 Федерального 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: «Чемпион России по лифтам и эскалаторам!», размещенная ООО «СКМ» в электронном СМИ: «2ГИС», интернет – площадке 2gis.ru, веб-приложении 2gis.ru» в силу статьи 3 Федерального закона «О рекламе» является рекламой, поскольку, адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к услугам, предоставляемым компанией, и формирование интереса со стороны потребителей, а также продвижение товара на рынке.

Часть 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» определяет товар, как продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот, в данном случае под товаром понимаются услуги, предоставляемые ООО «СКМ».

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального 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.

Согласно части 1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверная реклама не допускается.

Согласно правовой позиции, изложенной в пункте 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда РФ от 8.10.2012 № 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.

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.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «самый», «лучший», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

В общераспространённом понимании и свободной энциклопедии значение слова «чемпион» воспринимается как «первый», «лучший», «победитель», «обладатель первого места». ООО «СКМ» предоставлено заключение от 23 сентября 2015 года, из которого следует, что в речевой практике слово «чемпион» употребляется метафорически в значении «лидирующий в чем-либо».

Таким образом, использование в рекламе ООО «СКМ» слова «чемпион» направлено на привлечение внимания к компании, указывает на то, что данная компания является лидирующей, первой по производству, поставке, установке лифтового оборудования. Данная рекламная информация приводится в качестве сравнительной с другими компаниями, предоставляющими аналогичные услуги.

В рекламе используются сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами иных организаций, осуществляющих деятельность по предоставлению услуг, связанных с обслуживанием, установкой, поставкой, производством лифтового и эскалаторного оборудования.

При этом отсутствует критерий, по которому осуществлялось сравнение. В материалы дела предоставлены документы, указывающие, что ООО «СКМ» осуществляет такие виды деятельности, как поставка, проектирование, производство, монтаж, техническое обслуживание, ремонт электрических подъемников.

При этом из рекламы не следует по какому именно критерию осуществляется сравнение. Рекламная информация, размещенная ООО «СКМ» в электронном СМИ: «2ГИС», интернет – площадке 2gis.ru, веб-приложении 2gis.ru» воспринимается как сведения о том, что ООО «СКМ» является чемпионом во всех осуществляемых им видах деятельности. Однако дипломом Первого Профессионального Чемпионата России по лифтам и эскалаторам в номинации «Качество монтажных и наладочных работ. Соответствие требованиям ТР ТС 011/2011» подтверждается, что ООО «СКМ» заняло первое место в номинации «Качество монтажных и наладочных работ. Соответствие требованиям ТР ТС 011/2011». Таким образом, слово «Чемпион» может быть указано в рекламной информации применительно к виду деятельности, по которому сотрудники ООО «СКМ» получили первое место.

Заключение специалиста по результатам лингвистического исследования от 23 сентября 2015 года указывает фактически на значение слова «чемпион», используемого в рекламе ООО «СКМ». Однако это не может являться основанием для оценки данной рекламы на предмет ее соответствия требованиям пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», в частности действиям ООО «СКМ» по размещению рекламной информации с использованием сравнения «Чемпион России по лифтам и эскалаторам» без указания критерия, по которому осуществляется сравнение, что является обязательным в соответствии с позицией Пленума Высшего Арбитражного суда РФ.

Исходя из изложенного, в рекламе может указываться критерий, по которому

осуществляется сравнение только в случае наличия документального подтверждения. В данном случае документально подтверждены только сведения о присвоении сотрудникам ООО «СКМ» первого места в номинации «Качество монтажных и наладочных работ».

Таким образом, в рекламе ООО «СКМ», размещаемой до 01 июня 2015 года в электронном СМИ: «2ГИС», интернет – площадке 2gis.ru, веб-приложении «2ГИС. Челябинск», использовано сравнительная характеристика «чемпион» без указания критерия, по которому осуществляется сравнение, что не допускается в соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе».

Пунктом 4 статьи 3 Закона «О рекламе» предусмотрено, что реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Размещение ненадлежащей рекламы не допускается на основании статьи 5 Федерального Закона «О рекламе».

Распространение ненадлежащей рекламы также установлено решением Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 03 ноября 2015 года.

Согласно статье 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем указанной рекламы следует признать ООО «СКМ» как лицо, предоставляющее рекламную информацию ООО «ДубльГИС» согласно договору от 24 февраля 2015 года № Д_15-15-30485.

Частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» предусмотрена ответственность рекламодателя за нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях предусмотрено, что нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2-5 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятьсот рублей; должностных лиц – от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от ста до пятисот тысяч рублей.

Согласно части 1 статьи 2.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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.

В силу части 3 статьи 2.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях назначение административного наказания юридическому лицу

не освобождает от административной ответственности за данное правонарушение виновное физическое лицо, равно как и привлечение к административной ответственности физического лица не освобождает от административной ответственности за данное правонарушение юридическое лицо.

13 января 2016 года должностным лицом Челябинского УФАС России в отношении директора филиала ООО «СКМ» в городе Челябинске <...> был составлен протокол об административном правонарушении и возбуждено дело об административном правонарушении по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Поводом к возбуждению административного дела послужило обнаружение должностным лицом Челябинского УФАС России достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения.

В соответствии с примечанием к статье 2.4. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях руководители организаций, совершившие административное правонарушение в связи с выполнением организационно-распорядительных или административно-хозяйственных функций несут административную ответственность как должностные лица.

Статья 1.5. КоАП РФ устанавливает, что лицо подлежит административной ответственности только за те административные правонарушения, в отношении которых установлена его вина.

В соответствии с письмом ООО «СКМ» от 14 декабря 2015 года № 18550 ответственным должностным лицом за размещение рекламы в электронном СМИ: «2ГИС», интернет – площадке 2gis.ru, веб-приложении «2ГИС. Челябинск» является <...>

Согласно трудовому договору от 03 марта 2014 года № СКМ0000016 <...> принят 03 марта 2014 года на должность директора филиала ООО «СКМ» в городе Челябинске. Пунктом 2.5. должностной инструкции от 01 апреля 2015 года <...> контролирует эффективность и участвует в рекламном сопровождении деятельности, то есть обладает распорядительно-административными функциями.

Кроме того <...>., в соответствии со служебной запиской № 307-01/15.05.2015, утвердил макет рекламы ООО «СКМ», которая размещалась в электронном СМИ: «2ГИС», интернет – площадке 2gis.ru, веб-приложении «2ГИС. Челябинск».

Вина директора филиала ООО «СКМ» в городе Челябинске <...>. выразилась в ненадлежащем осуществлении контроля за размещаемыми в электронном СМИ: «2ГИС», интернет – площадке 2gis.ru, веб-приложении «2ГИС. Челябинск» рекламными материалами.

В соответствии с частью 1 статьи 4.5 КоАП РФ срок давности привлечения к административной ответственности за административное правонарушение, предусмотренное статьей 14.3 КоАП РФ, начинается исчисляться со дня совершения административного правонарушения.

Последний день распространения ненадлежащей рекламы - 31 мая 2015 года, что подтверждается письмом ООО «ДубльГИС» от 10 июня 2015 года № 312/и-15, а также Бланком заказа от 24 февраля 2015 года №БЗ_15-15-379476. Таким образом, срок давности привлечения к административной ответственности ООО «СКМ» за данное нарушение истекает 31 мая 2016 года.

Материалами дела установлено, что директор филиала ООО «СКМ» в г. Челябинске <...>. в отсутствие объективно непреодолимых препятствий, имел возможность осуществить контроль мероприятий по подготовке и изготовлению надлежащих рекламных материалов и соответствующих требованиям рекламного законодательства, однако <...>. не были приняты соответствующие меры, что доказывает факт наличия у <...>. вины в совершении вменяемого ему нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Наличие обстоятельств, объективно препятствующих надлежащему соблюдению <...>. требований законодательства РФ о рекламе, Челябинским УФАС России не выявлено.

У <...> отсутствовали препятствия, и имелась возможность для соблюдения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно – для соблюдения требований пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе». Однако <...> не принял необходимых и достаточных мер по соблюдению законодательства Российской Федерации о рекламе.

При таких обстоятельствах директор филиала ООО «СКМ» в г. Челябинске <...> признается виновным в совершении административного правонарушения по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Обстоятельств, исключающих вину директора филиала ООО «СКМ» в г. Челябинске <...> в совершении данного административного правонарушения, а также обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении при совершении данного административного правонарушения, не установлено.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, предусмотренных статьей 4.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, не установлено.

С учетом изложенного, а так же учитывая нахождения на иждивении у директора филиала ООО «СКМ» в г. Челябинске <...> двоих несовершеннолетних детей, ему может быть назначено минимальное наказание, предусмотренное санкцией части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, а именно – административный штраф в размере четырех тысяч рублей.

Руководствуясь статьями 23.48, 29.9, 29.10, а также статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать директора филиала ООО «СКМ» в г. Челябинске <...>. _____ года рождения, место рождения: _____, зарегистрирован по адресу: _____

_____, паспорт <...> серия <...> номер <...> выдан:

_____, дата выдачи:

_____ виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Применить к директору филиала ООО «СКМ» в г. Челябинске <...>. административное наказание в виде административного штрафа за нарушение требований части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в размере **4 000 (четыре тысяч) рублей**.

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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 статьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Сумма штрафа должна быть перечислена в доход федерального бюджета по следующим реквизитам: КБК 16111626000016000140, ОКТМО 75701000 на счет органа федерального казначейства: УФК по Челябинской области (для Челябинского УФАС России), отделение Челябинск, БИК 047501001, р/с 40101810400000010801, ИНН 7453045147, КПП 745301001.

В силу части 1 статьи 20.25 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа, либо административный арест на срок до пятнадцати суток, либо обязательные работы на срок до пятидесяти часов.

Согласно части 5 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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 шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 настоящего Кодекса, 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. Кроме того, должностное лицо составляет протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 настоящего Кодекса, в отношении лица, не уплатившего административный штраф.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в Арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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.

После уплаты штрафа копии документов, свидетельствующих об уплате административного штрафа, просим представить в Челябинское УФАС России по факсу (351) 263-18-39 либо по адресу г. Челябинск, пр. Ленина, д. 59, каб. 320.

Постановление объявлено 10 февраля 2016 года в присутствии директора филиала ООО «СКМ» в г. Челябинске <....>.