

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания в виде предупреждения № 048/04/14.3-167/2019

03 апреля 2019 года

г. Липецк

Резолютивная часть постановления объявлена 03 апреля 2019 года

Постановление в полном объеме изготовлено 04 апреля 2019 года

Я, заместитель руководителя управления-начальник отдела защиты конкуренции Липецкого УФАС России <...>, рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении №048/04/14.3-167/2019, возбужденного в отношении индивидуального предпринимателя <...> (<...>) (далее – ИП <...>) по ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ), в присутствии представителя ИП <...> адвоката <...>,

УСТАНОВИЛ:

Специалистами Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области при осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе было установлено, что в городе Липецк 05.07.2018, 06.07.2018, 10.07.2018, 12.07.2018 в период времени с 13 часов 10 минут по 13 часов 50 минут по улице Зегеля в районе дома № 11 (на первом этаже которого расположен магазин «Леора Оптик»), распространялись рекламные листовки следующего содержания: «СЕТЬ САЛОНОВ ЛЕОРА ОПТИК ПРЕДЪЯВИТЕЛЮ ЛИСТОВКИ СКИДКА 1000 руб. КАЧЕСТВО ИЗРАИЛЬСКОЙ МЕДИЦИНЫ * данным купоном можно оплатить не более 50% покупки ул. Зегеля д.11, 56 83 85 ЛУЧШИЕ ОПРАВЫ В ГОРОДЕ» с признаками нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Статья 1 Закона о рекламе в числе целей данного Федерального закона устанавливает, в том числе, реализацию права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Согласно п. 1 ст. 3 Закона реклама – 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 и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

П. 2 ст. 3 Закона о рекламе говорит, что объект рекламирования – 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 п. 3 ст. 3 Закона о рекламе товар – продукт деятельности (в том числе

работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В соответствии с ч. 1 ст. 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются. При этом ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» гласит, что недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения.

Предметом регулирования ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе являются отношения, связанные с предоставлением потребителям достоверной информации о рекламируемых товарах и рекламодателях в целях обеспечения свободы потребительского выбора и реализации потребителями прав, предусмотренных законодательством о защите прав потребителей.

Предписания части 3 статьи 5 касаются содержания рекламных посланий и распространяются на предоставляемую информацию о товарах, о правомочиях и обязательствах рекламодателя, а также иную информацию, способную повлиять на правильный выбор предлагаемых товаров. В первую очередь предписаниям данной нормы должны следовать рекламодатели.

Сообщаемая в рекламе информация об объекте рекламирования должна быть достоверной. Достоверность информации предполагает правдивость и соответствие содержащихся в ней сведений о товаре, рекламодателе, его правомочиях и обязательствах и прочем действительным, имеющим место в реальности во время, к которому относятся такие сведения.

Под недостоверной рекламой понимается присутствие в рекламе не соответствующих действительности сведений в отношении объектов рекламирования. Посыгательства на достоверность рекламы не допускаются. Недостоверная реклама является ненадлежащей рекламой.

П. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе запрещает сообщать недостоверные сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами. Данная норма вводит ограничительные требования к рекламе, в которой делаются сравнения. При сравнении с другим товаром в рекламе не должны приводиться не обладающие достоверностью, сомнительные и искаженные сведения о качествах или свойствах, выгодно отличающих один товар от другого, о превосходстве товара в сравнении с товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, о выгодах или возможностях, которые товар имеет по сравнению с другими.

Непременным условием соответствия сравнения закону должна быть истинность приводимых сведений о собственных товарах и о чужих товарах. Если сравнительная реклама способна вызвать неверные представления у потребителей по поводу предлагаемого товара, она рассматривается как ненадлежащая. Необходимо, чтобы потребитель был правильно информирован и объективно имел право свободного (осознанного) выбора предлагаемых товаров и услуг.

Применительно к использованию в рекламе терминов в превосходной степени (например, утверждений о «самом», «лучшем», «абсолютном», «единственном» и тому подобных), действует презумпция несоответствия действительности таких терминов в превосходной степени и утверждений, если рекламодатель не подтвердит их истинность, предоставив документальные доказательства. При этом использование в рекламе сравнительной характеристики посредством утверждений в превосходной степени без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, означает возможность проведения такого сравнения по любому критерию.

С целью осуществления своих полномочий по государственному надзору за соблюдением

законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе: предупреждению, выявлению и пресечению нарушений физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе, Управлением Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области были запрошены необходимые документы и информация.

Из анализа поступивших документов и информации установлено, что рекламодателем указанных выше рекламных листовок является ИП <...>, макет был изготовлен и передан рекламопроизводителю ИП <...> в электронном виде. Каких-либо доказательств, подтверждающих обоснованность фраз «ЛУЧШИЕ ОПРАВЫ В ГОРОДЕ», «КАЧЕСТВО ИЗРАИЛЬСКОЙ МЕДИЦИНЫ» в Липецкое УФАС России не представлено.

По своему содержанию рекламная информация: «СЕТЬ САЛОНОВ ЛЕОРА ОПТИК ПРЕДЪЯВИТЕЛЮ ЛИСТОВКИ СКИДКА 1000 руб. КАЧЕСТВО ИЗРАИЛЬСКОЙ МЕДИЦИНЫ * данным купоном можно оплатить не более 50% покупки ул. Зегеля д.11, 56 83 85 ЛУЧШИЕ ОПРАВЫ В ГОРОДЕ» однозначно призвана продвинуть на рынке товары рекламодателя, реализуемые в салонах «Леора Оптик», привлечь потребителя к тому, чтобы товары были приобретены именно в этих магазинах.

Утверждение «ЛУЧШИЕ ОПРАВЫ В ГОРОДЕ» подразумевает, что товары, реализуемые рекламодателем, являются самыми лучшими из числа других однородных товаров, реализуемых другими продавцами в Липецкой области, и соответствуют качеству израильской медицины.

Согласно «Большому толковому словарю русского языка» под редакцией С.А. Кузнецова слово «лучший, -ая, -ее» имеет сравнительную и превосходную степень к слову хороший, самый хороший и в соответствии с «Толковым словарем русского языка» С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой означает оптимальный, не имеющий себе равных по качеству, самого высокого качества, самого хорошего свойства.

Обратив свое внимание на рекламу ИП <...>, содержащуюся в рекламной листовке, в которой указано «ЛУЧШИЕ ОПРАВЫ В ГОРОДЕ», потребитель для совершения покупок скорее всего выберет именно сеть салонов «Леора Оптик» и приобретет «самые лучшие оправы в городе».

Вместе с тем, ИП <...> неправомерно использует фразу «ЛУЧШИЕ ОПРАВЫ В ГОРОДЕ» в рекламе реализуемых товаров, так как не имеет преимуществ перед товарами других продавцов.

Следовательно, реклама ИП <...> с утверждением «ЛУЧШИЕ ОПРАВЫ В ГОРОДЕ», «КАЧЕСТВО ИЗРАИЛЬСКОЙ МЕДИЦИНЫ» о преимуществе рекламируемых товаров, реализуемых в сети салонов «Леора Оптик», перед находящимися в обороте товарами, которые реализуются другими продавцами, является недостоверной так как к настоящему времени рекламодатель не подтвердил достоверность утверждения о «лучших оправках в городе» по сравнению с аналогичными товарами всех других продавцов и соответствии «качеству израильской медицины».

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных, в частности пунктом 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель, которым, в силу пункта 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе», является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, то есть ИП <...>.

В соответствии с указанными выше фактами, реклама ИП <...> следующего содержания: «СЕТЬ САЛОНОВ ЛЕОРА ОПТИК ПРЕДЪЯВИТЕЛЮ ЛИСТОВКИ СКИДКА 1000 руб. КАЧЕСТВО ИЗРАИЛЬСКОЙ МЕДИЦИНЫ * данным купоном можно оплатить не более 50% покупки ул. Зегеля д.11, 56 83 85 ЛУЧШИЕ ОПРАВЫ В ГОРОДЕ», распространенная в г. Липецк 05.07.2018, 06.07.2018, 10.07.2018, 12.07.2018 в период времени с 13 часов 10 минут по 13 часов 50 минут по

улице Зегеля в районе дома № 11, содержит признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, т.к. содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

На основании вышеизложенного, Липецким УФАС России было возбуждено дело № 11 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В ходе рассмотрения дела № 11, в антимонопольный орган были представлены доказательства, подтверждающие фразу: «КАЧЕСТВО ИЗРАИЛЬСКОЙ МЕДИЦИНЫ».

Следовательно, указанное утверждение является достоверным.

Решением Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области от 06 сентября 2018 г. по делу № 11 признано наличие нарушения п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» о том, что в городе Липецк 05.07.2018, 06.07.2018, 10.07.2018, 12.07.2018 в период времени с 13 часов 10 минут по 13 часов 50 минут по улице Зегеля в районе дома № 11 (на первом этаже которого расположен магазин «Леора Оптик»), распространялись рекламные листовки следующего содержания: «СЕТЬ САЛОНОВ ЛЕОРА ОПТИК ПРЕДЪЯВИТЕЛЮ ЛИСТОВКИ СКИДКА 1000 руб. КАЧЕСТВО ИЗРАИЛЬСКОЙ МЕДИЦИНЫ * данным купоном можно оплатить не более 50% покупки ул. Зегеля д.11, 56 83 85 ЛУЧШИЕ ОПРАВЫ В ГОРОДЕ» с признаками нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Частью 4 статьи 38 Закона о рекламе установлено, что нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламоделателем, рекламопроизводителем или рекламодателем 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.

Объектом рассматриваемого правонарушения является установленный порядок управления, в частности, в сфере государственного контроля и надзора.

Объективная сторона состоит в нарушении установленных рекламным законодательством норм и заключается в том, что ИП <...> нарушил п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

Субъект – ИП <...> (<...>).

Субъективная сторона выражается в форме неосторожности, так как ИП <...> должен был знать и соблюдать рекламное законодательство, однако допустил административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрено частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Место совершения административного правонарушения – г. Липецк.

Время совершения административного правонарушения - 05.07.2018.

03.04.2019 г. на процедуру составления протокола об административном правонарушении явился представитель ИП <...> адвокат <...> (ордер № 29 от 03.04.2019).

03.04.2019 г. В ходе рассмотрения дела, <...> пояснил, что ИП <...> согласен с протоколом и

признает вину. Также <...> добавил, что рекламные листовки в соответствии с предписанием по делу № 11 были убраны из раздачи и более не распространяются. К тому же, <...> пояснил, что ИП <...> никогда не привлекался к административной ответственности.

На официальном сайте Федеральной налоговой службы по Липецкой области, по адресу информационно-телекоммуникационной сети интернет: <https://www.nalog.ru/rn48/>, публикуется Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства, в соответствии с которым ИП <...> является микропредприятием.

В соответствии с ч. 1 ст. 3.1 КоАП РФ, административное наказание является установленной государственной мерой ответственности за совершение административного правонарушения и применяется в целях предупреждения совершения новых правонарушений, как самим правонарушителем, так и другими лицами.

В силу ч. 1, 3 ст. 4.1 КоАП РФ административное наказание за совершение административного правонарушения назначается в пределах, установленных законом, предусматривающим ответственность за данное административное правонарушение, в соответствии с настоящим Кодексом.

Статьей 24.1 КоАП РФ предусмотрено, что задачами производства по делам об административных правонарушениях являются всестороннее, полное, объективное и своевременное выяснение обстоятельств каждого дела, разрешение его в соответствии с законом, обеспечение исполнения вынесенного постановления, а также выявление причин и условий, способствовавших совершению административных правонарушений.

В силу ч. 1, 2 ст. 3.4 КоАП РФ предупреждение - мера административного наказания, выраженная в официальном порицании физического или юридического лица. Предупреждение выносится в письменной форме. Предупреждение устанавливается за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при отсутствии имущественного ущерба.

Согласно п. 4 ст. 26.1 КоАП РФ по делу об административном правонарушении подлежат выяснению обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

В соответствии с ч. 1 ст. 4.1.1. КоАП РФ 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.

Учитывая характер совершенного ИП <...> административного правонарушения, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, руководствуясь ст. 3.2, 3.4, 4.1.1, 4.2, 4.3, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать индивидуального предпринимателя <...> (<...>) виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, и назначить ему наказание в виде предупреждения в соответствии со ст. 4.1.1 КоАП РФ.

В соответствии частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении, вынесенное должностным лицом в отношении юридического лица, может быть обжаловано в арбитражный суд в соответствии с арбитражным процессуальным законодательством в течение 10 дней 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.