

Я, руководитель Забайкальского УФАС России, рассмотрев протокол об административном правонарушении от 1 марта 2017 года № 7/02-06, составленный главным специалистом-экспертом отдела антимонопольного контроля и рекламы Забайкальского УФАС России, о нарушении части 1 статьи 14.3. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ), в отношении С. по факту нарушения требований пункта 2 части 3 и 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе).

Место совершения административного правонарушения: 672000, Забайкальский край, г. Чита,

УСТАНОВИЛ:

Дело об административном правонарушении рассматривается в присутствии С.

Основанием для привлечения к административной ответственности послужил факт нарушения С. Закона о рекламе, установленный решением Комиссии Забайкальского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе по делу № 19.

В Забайкальское УФАС России поступило заявление гражданина, перенаправленное Прокуратурой Забайкальского края (от 05.09.2016 вх.№ 3477), о принятии мер реагирования в отношении адвоката С., разместившего рекламу, которая содержит признаки нарушения законодательства о рекламе.

В соответствии с заявлением, на официальном сайте «Авито» в рубрике «Вакансии – юриспруденция» размещена информация рекламного характера: «Адвокат С. Получим оправдательный приговор по вашему делу с гарантией 100%. Звоните. Бесплатный прием. Прогноз исхода. Цены. Гарантии (...)ru».

Определением от 16 сентября 2016 года Комиссией Забайкальского УФАС России возбуждено дело № 19 в отношении С. по признакам нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе, реклама - это 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.

Указанная выше информация, соответствует понятию рекламы, закрепленному в действующем законодательстве, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – услугам адвоката.

Согласно **пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе** ненадлежащей рекламой является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В данном случае имеются признаки нарушения **части 7 статьи 5 Закона о рекламе**.

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 пользования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Ненадлежащая реклама, которая вводит потребителей в заблуждение или причиняет ущерб конкурентам, является наиболее распространенным способом получения преимуществ в предпринимательской деятельности.

Реклама формирует интерес к товару или услуге и направлена на формирование потребителей желания ею воспользоваться, поэтому существенной является информация способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой.

Отсутствие в рекламе существенной части информации приводит к искажению рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым товаром или видом услуг.

Искажение информации - действия, направленные на умолчание, изменение части сведений (о товаре, условии его приобретения, использовании), содержащихся в рекламе, выдвигению желаемого за действительное. И определяющим здесь является не то, что имел виду рекламодаделец, и не то, насколько сообщенные сведения соответствуют истине, а восприятие потребителями рекламы.

Введение в заблуждение является актом недобросовестной конкуренции и представляет собой действия, направленные на формирование неверных представлений в отношении собственных товаров (работ, услуг) или товаров конкурента.

Согласно понятию рекламы, она направлена неопределенному кругу лиц, а значит, для оценки содержащейся в ней информации, не требуется никаких специальных филологических познаний. Информация, содержащаяся в рекламе, должна очевидно ассоциироваться с объектом рекламирования.

Таким образом, доведение существенной информации до потребителей рекламы должно осуществляться доступными способами и в форме, позволяющей воспринимать такую информацию каждому из неопределенного круга лиц наравне с иными формирующими интерес к объекту рекламирования сведениями.

В рекламе отсутствует существенная информация о предлагаемой услуге: не указано, каким способом адвокат С. обещает обеспечить оправдательный приговор по делу с гарантией 100 %, что нарушает требования части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

10 октября 2016 года на заседании Комиссии также установлены признаки нарушения [пункта 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе](#).

В силу [пункта 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе](#) недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков

обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

В соответствии с [пунктом 29](#) постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации 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.

Указанная выше реклама содержит заявление «обеспечить оправдательный приговор по делу с гарантией 100 %».

С. не представлено доказательств, позволяющих сделать вывод об обеспечении оправдательного приговора по делам с гарантией 100 %.

Таким образом, указанная выше реклама содержит признаки нарушения пункта 2 части 3 и 7 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с **частью 6 статьи 38 Закона о рекламе** ответственность за нарушение требований части 3, 7 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

В соответствии с пунктом 17 Плана оказания методической помощи территориальным органам ФАС России в 2016 году, утвержденным Приказом Федеральной антимонопольной службы от 30 марта 2016 г. № 379/16 даны разъяснения по вопросу определения рекламодателя рекламы.

Статья 2 Закона о рекламе раскрывает основные понятия, используемые в данном федеральном законе, в том числе понятие субъектов правоотношений в сфере рекламы.

Рекламодателем в силу пункта 5 статьи 3 Закона о рекламе является изготовитель или продавец товара либо иное лицо, определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы.

Из указанного определения следует, что рекламодателем может быть как лицо, заинтересованное в реализации объекта рекламирования (изготовитель товара, продавец товара, лицо, оказывающее услугу), так и иное лицо, если указанное лицо совершило действия по выбору объекта рекламирования (под которым понимается товар, средства индивидуализации юридического лица и или товара, изготовитель или продавец товара, результат интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама и содержание рекламной информации).

Согласно разъяснениям, изложенным в пункте 16 [Информационного письма](#) Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» (далее - [Информационное письмо](#) № 37), информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама данного товара.

Оценив содержание рассматриваемой информации, размещенной на интернет-сайте «Авито», антимонопольным органом установлено, что она адресована

неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к услугам, оказываемым адвокатом С.

Таким образом, объект рекламирования – услуги, оказываемые С.

Комиссия, определила, что рекламодателем в данном случае является адвокат С., так как, рекламная информация направлена, именно, на привлечения внимания к его деятельности.

Согласно письменным пояснениям С. от 10.09.2016 вх.№ 3694 разработкой сайта и рекламой в социальных сетях занималась ООО «Международная компания Львов», однако С. договор представить не смог.

Также С. пояснил, что в настоящий момент сайт закрыт, ввиду его нерентабельности и неоправданности.

В пояснениях от 25.10.2016 С. сообщил, что в рекламе не указывается о том, что нужно сделать для того, чтобы связаться с ним.

Однако, Комиссия Забайкальского УФАС России произвела осмотр страницы интернет-сайта, указанного в рекламе - «(..).ru» (Акт осмотра интернет-сайтов от 03 ноября 2016 года): данный сайт работает, на сайте есть контактная информация и указаны гарантии для клиентов С., в том числе 100 % гарантия оправдания.

Решением Забайкальского УФАС России от 08.11.2016 по делу №19 С. признан нарушившим требования пункта 2 части 3 и части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Ответственность за данное правонарушение предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ).

В соответствии с пунктом 1 статьи 2.1 КоАП РФ, 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 соответствии с пунктом 1 статьи 2.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, 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.

С. считает, что к рассматриваемой рекламе он отношения не имеет и факт нарушения части 1 статьи 14.3 КоАП РФ не признает. С. в протоколе об административном правонарушении отмечено и заполнено от руки следующее. По признакам нарушения законодательства о рекламе С. поясняет, что рекламу на сайте «Авито.ру» не размещал, не нанимал никаких лиц для оказания помощи по ее размещению. С. считает, что его роль в данном правонарушении не установлена. С. отмечает, что граждан, обратившихся к нему за услугами, и не получивших 100 % оправдательный приговор, не установлено.

Оценив доводы С. и материалы дела №19 по признакам нарушения законодательства о рекламе, полагаю доказанным факт наличия вины С. в нарушении части 1 статьи 14.3 КоАП РФ. Исходя из письменных пояснений, имеющих в материалах дела №19, С. не отрицает, что обращался в ООО «Международная компания Львов» за разработкой странички интернет-сайта ([http://\(...\).ru/](http://(...).ru/)). Информация, размещенная на данном сайте, содержит гарантию 100% оправдательного приговора. Реклама, размещенная на сайте «Авито.ру» включает и ссылку на сайт (...).ru и гарантию 100% оправдательного приговора. Указанная реклама направлена на продвижение услуг адвоката С.

Объективная сторона вмененного правонарушения, предусмотренного [частью 1 статьи 14.3](#) КоАП РФ состоит в нарушении установленных законодательством о рекламе норм.

Объектом предусмотренных данной статьей административных правонарушений являются общественные отношения в области рекламы.

С. не принял все зависящие от него меры по соблюдению законодательства о рекламе и, следовательно, несет ответственность, предусмотренную частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Обстоятельств, смягчающих административную ответственность, в соответствии со ст. 4.2 КоАП РФ, не установлено.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, в соответствии со ст. 4.3 КоАП РФ не установлено.

Согласно части 1 статьи 14.3. КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем [законодательства](#) о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных [частями 2 - 4](#) статьи 14.3, [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.

На основании вышеизложенного, руководствуясь статьями 23.48, 29.9 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать физическое лицо С. нарушившим часть 1 статьи 14.3. КоАП РФ.
2. Наложить на С. административный штраф в размере **2 000 (две тысячи) рублей.**

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

Согласно пункту 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.

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 КоАП РФ штраф должен быть уплачен не позднее 60 дней со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП РФ.

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

Должник - С. уплачивает штраф взыскателю – Управлению Федеральной антимонопольной службы по Забайкальскому краю.

Реквизиты счетов для перечисления штрафа:

Получатель платежа: УФК по Забайкальскому краю (Забайкальское УФАС России)

ИНН: 7536033755 / **КПП:** 753601001

Банк получателя: ГРКЦ ГУ Банка России по Забайкальскому краю .г.Чита

Л/сч.: 04911208180

БИК: 047601001

Р/сч: 40101810200000010001

КБК: 161 1 16 26000 01 6000 140

Код по **ОК ТМО:** 76701000

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП РФ неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного штрафа.

Постановление о взыскании штрафа выдано _____

Срок предъявления постановления к исполнению _____

Постановление о наложении штрафа вступает в силу _____

Руководитель управления