

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

### о вынесении предупреждения

город Омск

Дело

10 ноября 2020 года

№

055/04/14.3-  
1057/2020

Врио руководителя управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее – Омское УФАС России) <...>, рассмотрев протокол об административном правонарушении от 29.10.2020 и другие материалы дела, возбужденного по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) в отношении индивидуального предпринимателя <...> (далее – ИП <...>) <...>,

в отсутствие ИП <...> (ходатайство от 09.11.2020 вх. № 12353э)

#### УСТАНОВИЛА:

Решением Комиссии Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 15.10.2020 по делу № 055/05/5-943/2020 реклама, распространенная 16.06.2020 ИП <...> на рекламной конструкции (индекс № 3675), установленной на съезде с Ленинградского моста (вблизи пересечения ул. Масленикова с ул. Ленина, напротив жилого дома, расположенного по адресу: Ленинградская площадь, 1 в городе Омске), была признана ненадлежащей, нарушающей требования части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»).

Комиссией Омского УФАС России также было принято решение о передаче материалов дела уполномоченному должностному лицу Омского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Протоколом об административном правонарушении от 29.10.2020 № 055/04/14.3-1057/2020 возбуждено дело в отношении ИП Закладной И.К.

Доказательствами по делу об административном правонарушении, установленными протоколом от 29.10.2020 № 055/04/14.3-1057/2020 и другими документами подтверждено следующее.

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе 16.06.2020 сотрудником Омского УФАС России выявлен факт распространения на видеоэкране (рекламная конструкция с индексом № 3675), установленном на съезде с Ленинградского моста (вблизи пересечения ул. Масленикова с ул. Ленина, напротив жилого дома, расположенного по адресу: Ленинградская площадь, 1 в городе Омске), рекламы «Кузьминки ИПОТЕКА ДЛЯ ВСЕХ 3,1 % 906-103...».

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, 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.

Объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или)

товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама (пункт 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (пункт 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Вышеуказанная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками – распространена в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания, формирование и поддержание интереса неопределенного круга лиц к ЖК «Кузьминки», а также финансовой услуге «ИПОТЕКА ДЛЯ ВСЕХ 3,1 %».

**При этом указанная информация демонстрируется посредством короткого видеоролика, хронометраж которого не позволяет в полной мере ознакомиться со всеми условиями приобретения недвижимости в ЖК «Кузьминки».**

По информации ООО «Сибирь Аутдор» «...Между обществом с ограниченной ответственностью «Сибирь Аутдор» (Оператор) и обществом с ограниченной ответственностью «БукингБорд» (Площадка) был заключен Договор № 7...

*... Ввиду того, что Договор был заключен между нами и Площадкой, рекламодатель нам неизвестен. Данную информацию необходимо запрашивать у Площадки. Договоры с Рекламодателем заключаются Площадкой...».*

На запрос Омского УФАС России ООО «БукингБорд» представлена информация, согласно которой «...16.06.2020 г. на рекламной поверхности, расположенной по адресу: г. Омск, ул. Ленинградская пл., 1 транслировался ролик ИП <...>...».

Согласно пояснениям ИП <...> «...Рекламная компания «ИПОТЕКА ДЛЯ ВСЕХ 3,1 %» проводится при поддержке Правительства Омской области, в рамках реализации программы «Льготная ипотека на новостройки» со ставкой 3,1 % годовых на квартиры от Омских застройщиков.

DIGITAL – макеты рекламной кампании «ИПОТЕКА ДЛЯ ВСЕХ 3,1 %» были размещены на основании договора оферты (далее – Договор), заключенного между ИП <...> (далее – Заказчик) и Общество с ограниченной ответственностью «БукингБорд» (далее – Исполнитель) на рекламной конструкции, расположенной по адресу: Ленинградская пл., 1 (из центра), (с индексом 3675), что подтверждается Отчетом Агента от 30.06.2020 и УПД № Д-00085 от 30.06.2020.

Размещение DIGITAL – макета является дополнением к полномасштабной рекламной кампании бренда «ЖК «КУЗЬМИНКИ». Информация, используемая на макете, в настоящее время на территории города Омска в большом объеме размещается на стационарных рекламных конструкциях, не оборудованных системами автоматической смены изображения. По итогам анализа результатов фокус-группы № RG- 1345- G6 от 09.06.2020 86 % респондентов положительно ответили на вопрос «Видели Вы ли раньше рекламу макета «3,1 % ипотека для всех» ЖК «Кузьминки»?», 61 % опрошенных знакомы с содержанием макета благодаря статическим рекламным конструкциям.

В рамках проводимой рекламной кампании рекламная информация размещалась двумя вариантами DIGITAL – макетов:

1. «ИПОТЕКА ДЛЯ ВСЕХ 3,1 % вариант 1» размещался на указанной рекламной конструкции в период с «11» июня 2020 г. по «18» июня 2020 г.

2. «ИПОТЕКА ДЛЯ ВСЕХ 3,1 % вариант 2» размещался на указанной рекламной конструкции в период с «18» июня 2020 г. по «31» июля 2020 г.

Вариант 1 DIGITAL – макета прошел экспертизу на соответствие требованиям Федерального закона «О рекламе», согласованы юридическими отделами Исполнителя и Заказчика и участвовали в фокус-группе организованной, с целью получения результатов эффективности и полноты восприятия целевой аудиторией рекламной информации, в том числе информации о финансовых условиях приобретения недвижимости в ЖК Кузьминки.

По итогам анализа результатов фокус-группы № RG- 1345- G6 от 09.06.2020 66 % респондентов положительно ответили на вопрос «Насколько полно Вы восприняли информацию на макете «3,1 % ипотека для всех?»», 16 % ответили, что воспринимают данную информацию частично, **12 % ответили недостаточно информации на макете** и только **6 % ответили, что информация не воспринимается**. 63 % респондентов полностью воспринимают информацию о финансовых условиях приобретения недвижимости со ставкой 3,1 % из общего числа ответивших на вопрос «Укажите наиболее подходящий ответ о доступности отображения и восприятия информации о финансовых условиях приобретения недвижимости со ставкой 3,1 %», только **25 % респондентов, считают такую информацию недостаточной...**».

Аналогичная позиция изложена представителем ИП <...> на заседании 15.10.2020.

Дополнительно в адрес Омского УФАС России представлен Отчет по итогам анализа результатов опроса оценки эффективности DIGITAL – макета «ИПОТЕКА ДЛЯ ВСЕХ 3,1 %» (далее – Отчет).

Проанализировав содержание Отчета, Комиссия пришла к выводу, что его результаты не могут быть в полной мере объективны и применимы к рассматриваемой рекламе ввиду того, что согласно Отчету объектом опроса выступал **DIGITAL – макет «ИПОТЕКА ДЛЯ ВСЕХ 3,1 %»**, т.е. дословно **цифровой макет**, а не сама реклама, размещенная на улицах города Омска.

Более того, местом проведения опроса указана **адресная программа DIGITAL** рекламных конструкций формата 3х6, но при этом Отчет не содержит информации о том, каким именно способом размещалась реклама – стабильно либо посредством видеоролика или путем вращающейся конструкции со сменяемым изображением, а также с какого расстояния респонденты осуществляли ее осмотр и в течение какого времени.

Учитывая изложенная, Комиссия не может согласиться с позицией ИП <...> и признать указанную рекламу надлежащей, поскольку специфика ее распространения не позволяла потребителю рекламы ознакомиться с условиями, влияющими на окончательную стоимость финансовой услуги - при этом человек с хорошим зрением, в том числе водители и пешеходы, могли воспринимать в рассматриваемой рекламе исключительно логотип «Кузьминки» и словосочетание «ИПОТЕКА ДЛЯ ВСЕХ 3,1 %», с остальными условиями предоставления финансовой услуги ознакомиться было невозможно именно в силу мелкого шрифта, динамического характера сменяемости рекламы и короткого временного промежутка ее распространения.

В пункте 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»» указано: **«если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), 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»**.

В силу части 7 статьи 5 Федерального 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.

По определению (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») **ненадлежащая** реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно пункту 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

На основании части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

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 соответствии с примечанием к статье 2.4 КоАП РФ лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, совершившие административные правонарушения, несут административную ответственность как должностные лица.

Исходя из определения, данного в пункте 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», ИП <...> является рекламодателем, т.е. лицом, определившим объект рекламирования и содержание рекламы.

Таким образом, ИП <...>, имея возможность для соблюдения требований, установленных частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», не приняв все зависящие от нее меры по их соблюдению, совершила административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Место совершения административного правонарушения: г. Омск.

Временем совершения административного правонарушения является дата распространения рекламы: 16.06.2020.

Межрайонной инспекцией Федеральной налоговой службы № 12 по Омской области предоставлены сведения, в соответствии с которыми <...> зарегистрирована в качестве индивидуального предпринимателя с присвоением ОГРНИП <...> по адресу: <...>.

При назначении наказания должностным лицом, рассматривающим дело 055/04/14.3-1057/2020, учитываются общие правила назначения административного наказания, предусмотренные статьей 4.1 КоАП РФ, основанные на принципах справедливости, соразмерности и индивидуализации ответственности, административное наказание за совершение административного правонарушения назначается в пределах, установленных законом, предусматривающим ответственность за данное административное правонарушение, в соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

На момент рассмотрения настоящего дела об административном правонарушении сроки давности привлечения к административной ответственности, установленные статьей 4.5 КоАП РФ, не истекли.

Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение ИП <...> установленных Федеральным законом «О рекламе» требований, а также обстоятельства, вынуждающие ее действовать в состоянии крайней необходимости, при рассмотрении дела не установлены.

Обстоятельств, смягчающих и отягчающих административную ответственность ИП <...> (статьи 4.2 и 4.3 КоАП РФ), не установлено.

На основании части 1 статьи 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, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 настоящей статьи.

Согласно частям 1, 2 и 3 статьи 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. 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 может быть заменено являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицу, осуществляющему предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, или юридическому лицу, а также их работникам на предупреждение в соответствии со статьей 4.1.1 настоящего Кодекса.

Согласно сведениям из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства на сайте Федеральной налоговой службы России (<https://rmsp.nalog.ru>) от 15.10.2020 № ИЭ9965-20-4062125 ИП <...> является субъектом малого и среднего предпринимательства – микропредприятие (дата внесения сведений в реестр 10.03.2019).

Оценив характер и обстоятельства совершенного ИП <...> административного правонарушения, должностное лицо усмотрело основания для применения положений статей 3.4 и 4.1.1 КоАП РФ, поскольку их применение в данной ситуации является справедливым, отвечающим принципу целесообразности юридической ответственности, характеру правонарушения и обстоятельствам его совершения, соответствует как интересам лица, привлекаемого к ответственности, так и интересам государства.

Учитывая, что факт возбуждения административного дела сам по себе уже выполняет предупредительную функцию, вынесение предупреждения по данному делу обеспечивает соответствующую защиту охраняемым законом государственным и общественным интересам.

На основании изложенного, руководствуясь **статьями 4.1.1, 14.3, 23.48, частью 1 статьи 29.9** Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

## ПОСТАНОВИЛА:

Признать индивидуального предпринимателя <...> (ОГРНИП <...>, ИНН <...>) виновной в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, и применить к ней меру ответственности, предусмотренную частью 1 статьи 4.1.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в виде **предупреждения** за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе.

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 вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в суд в течение 10 суток со дня вручения или получения копии постановления.

По истечении этого срока необжалованное и неопротестованное постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу и обращается к исполнению.

Врио руководителя управления <...>