

# ПОСТАНОВЛЕНИЕ

## о назначении административного наказания

### в виде предупреждения № 314-Р-16

04 августа 2016 года

г. Липецк

Резолютивная часть постановления объявлена 04 августа 2016 года

Постановление в полном объеме изготовлено 04 августа 2016 года

Я, заместитель руководителя управления-начальник отдела защиты конкуренции Липецкого УФАС России Дмитрий Алексеевич Шелестенко, рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении № 313-Р-16, возбужденного в отношении общества с ограниченной ответственностью «Магазин доступных цен» (398042, г. Липецк, пр. Поперечный, д. 1, ИНН 4825045031, ОГРН 1064823031118) по ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ),

### УСТАНОВИЛ:

Специалистами отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области при осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе было установлено, что в рекламно-информационном журнале «Выбирай.Липецк» г. Липецка на 41 странице выпуска № 9 (49) от 01 сентября 2015 года распространялась рекламная информация следующего содержания: «Сеть магазинов Горящих путёвок [www.MGP.ru](http://www.MGP.ru) МЫ УЖЕ БОЛЕЕ 15 ЛЕТ ЯВЛЯЕМСЯ САМОЙ БОЛЬШОЙ И СИЛЬНОЙ СЕТЬЮ ТУРАГЕНСТВ В РОССИИ – Сотрудничаем только с надежными, крупными туроператорами. – Don't Worry – круглосуточная служба поддержки туристов за рубежом заботится о каждом нашем клиенте – Туры в любую страну мира в рассрочку без переплат. Срок оплаты Вы выбираете сами – Возможность подбора и заказа тура с нашего сайта [www.mgp.ru](http://www.mgp.ru) Гибкая система скидок дает возможность купить еще дешевле! Вам позавидуют попутчики! г. Липецк, ул. Толстого, д. 1 [lip@mgp.ru](mailto:lip@mgp.ru) тел.: 4742 515-868».

С целью осуществления своих полномочий по государственному надзору за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе: предупреждению, выявлению и пресечению нарушений физических или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе, на

основании статей 33-34 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ Липецким УФАС России были направлены запросы № 5664-04 от 02.11.2015 и № 5801-04 от 09.11.2015 Обществу с ограниченной ответственностью «Выбирай» о предоставлении необходимых документов и информации.

Из представленной информации следует, что рекламодателем указанной рекламы является ООО «Магазин доступных цен», рекламораспространителем указанной рекламы является ООО «Выбирай».

09.11.2015 в адрес ООО «Магазин доступных цен» антимонопольным органом направлен запрос № 5800-04 о предоставлении информации.

В ответ на запрос 19.11.2015 ООО «Магазин доступных цен» представило запрашиваемую информацию за подписью генерального директора <...> о том, что к указанной выше рекламе ООО «Магазин доступных цен» отношения не имеет.

Однако, ООО «Выбирай» была представлена копия макета, утвержденного 27.08.2015 директором ООО «Магазин доступных цен» <...>

Статья 1 ФЗ «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 пункту 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» 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.

Пункт 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» гласит, 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.

Пункт 3 статьи 3 ФЗ «О рекламе» гласит, что товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объектом рекламирования в указанной рекламе являются: сеть магазинов «Горящих путёвок» и предоставляемые им услуги.

Доказательств правомерного использования фразы «МЫ УЖЕ БОЛЕЕ 15 ЛЕТ ЯВЛЯЕМСЯ САМОЙ БОЛЬШОЙ И СИЛЬНОЙ СЕТЬЮ ТУРАГЕНСТВ В РОССИИ» рекламодатель Липецкому УФАС России не представил.

Закон обязывает формировать у потребителя рекламы правильное (достоверное) представление о соответствующем товаре, реклама должна носить понятный, не двусмысленный характер, и не должна вводить потребителя в заблуждение. При этом потребитель рекламы вправе рассчитывать на формирование неискаженного представления о товаре при восприятии конкретного

рекламоносителя, а не совокупности всех распространенных к определенному моменту рекламных материалов.

По своему содержанию следующая рекламная информация: «Сеть магазинов Горящих путёвок [www.MGP.ru](http://www.MGP.ru) МЫ УЖЕ БОЛЕЕ 15 ЛЕТ ЯВЛЯЕМСЯ САМОЙ БОЛЬШОЙ И СИЛЬНОЙ СЕТЬЮ ТУРАГЕНСТВ В РОССИИ – Сотрудничаем только с надежными, крупными туроператорами. – Don't Worry – круглосуточная служба поддержки туристов за рубежом заботится о каждом нашем клиенте – Туры в любую страну мира в рассрочку без переплат. Срок оплаты Вы выбираете сами – Возможность подбора и заказа тура с нашего сайта...» однозначно призвана продвинуть на рынке услуги сети магазинов «Горящих путёвок», привлечь потребителя к тому, чтобы туристский продукт был приобретен именно у турагента сети магазинов «Горящих путёвок».

При этом, в соответствии со статьей 1 Федерального закона от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» под турагентом понимается индивидуальный предприниматель или юридическое лицо, осуществляющие деятельность по продвижению и реализации туристского продукта.

Под туристским продуктом понимается комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта.

Согласно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно части 1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются. При этом, часть 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» гласит, что недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения.

Пункт 1 части 3 статьи 5 запрещает сообщать недостоверные сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

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 такого 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 будет рассматриваться как ненадлежащая. Необходимо, чтобы потребитель был правильно информирован и объективно имел право свободного (осознанного) выбора предлагаемых товаров.

Применительно к использованию в рекламе утверждения «МЫ УЖЕ БОЛЕЕ 15 ЛЕТ ЯВЛЯЕМСЯ САМОЙ БОЛЬШОЙ И СИЛЬНОЙ СЕТЬЮ ТУРАГЕНСТВ В РОССИИ» действует презумпция несоответствия действительности такого утверждения, если рекламодатель не подтвердит их истинность, предоставив документальные доказательства.

Распространяемая ООО «Выбирай» реклама следующего содержания: «Сеть магазинов Горящих путёвок [www.MGP.ru](http://www.MGP.ru) МЫ УЖЕ БОЛЕЕ 15 ЛЕТ ЯВЛЯЕМСЯ САМОЙ БОЛЬШОЙ И СИЛЬНОЙ СЕТЬЮ ТУРАГЕНСТВ В РОССИИ – Сотрудничаем только с надежными, крупными туроператорами. – Don't Worry – круглосуточная служба поддержки туристов за рубежом заботится о каждом нашем клиенте – Туры в любую страну мира в рассрочку без переплат. Срок оплаты Вы выбираете сами – Возможность подбора и заказа тура с нашего сайта [www.mgp.ru](http://www.mgp.ru) Гибкая система скидок дает возможность купить еще дешевле! Вам позавидуют попутчики! г. Липецк, ул. Толстого, д. 1 [lip@mgp.ru](mailto:lip@mgp.ru) тел.: 4742 515-868» о преимуществе турагента сеть магазинов «Горящих путёвок» перед другими турагентами, действующими на территории Российской Федерации является недостоверной так как к настоящему времени рекламодатель не подтвердил достоверность следующего утверждения: «МЫ УЖЕ БОЛЕЕ 15 ЛЕТ ЯВЛЯЕМСЯ САМОЙ БОЛЬШОЙ И СИЛЬНОЙ СЕТЬЮ ТУРАГЕНСТВ В РОССИИ».

Согласно «Большому толковому словарю русского языка» под редакцией С.А. Кузнецова под словом «большой» подразумевается: «Значительный по величине; превосходящий по размерам ряд однородных предметов и явлений; значительный по интенсивности, силе воздействия; важный по содержанию, значению; серьезный; характеризующийся высшими достижениями; занимающий высокое общественное или служебное положение; главный». При этом, в соответствии с указанным словарем, под термином «сильный» среди прочего понимается «обладающий значительной мощностью; мощный; значительный».

Учитывая, что реклама согласно [статье 3](#) Федерального закона «О рекламе» имеет побудительный характер, то есть стимулирует интерес потребителей к объекту рекламирования в целях продвижения товаров и услуг на рынок, сообщение в рекламе недостоверных сведений об изготовителе или продавце товара, средствах их индивидуализации ставит рекламодателя в более выгодное положение и дает необоснованные преимущества перед другими субъектами рекламной деятельности, действующими на том же товарном рынке и соблюдающими требования к достоверности рекламной информации.

Использование в рекламе неточных высказываний или преувеличений относительно самого рекламодателя может создать у потребителя неверное представление о его статусе, существе оказываемых им услуг и качестве товаров. Создавая образ надежного партнера нечестными методами, рекламодатель стремится повысить доверие потребителей к себе и получить тем самым конкурентное преимущество.

Таким образом, используя в рекламе следующее утверждение: «Сеть магазинов Горящих путёвок [www.MGP.ru](http://www.MGP.ru) МЫ УЖЕ БОЛЕЕ 15 ЛЕТ ЯВЛЯЕМСЯ САМОЙ БОЛЬШОЙ И СИЛЬНОЙ СЕТЬЮ ТУРАГЕНСТВ В РОССИИ» рекламодатель допускает не обладающие достоверностью, сомнительные сведения о превосходстве сети магазинов «Горящих путёвок» над другими турагентами и услугами, которые предоставляют другие турагенты.

Вместе с тем, рекламодатель неправоммерно использует следующее утверждение: «Сеть магазинов Горящих путёвок [www.MGP.ru](http://www.MGP.ru) МЫ УЖЕ БОЛЕЕ 15 ЛЕТ ЯВЛЯЕМСЯ САМОЙ БОЛЬШОЙ И СИЛЬНОЙ СЕТЬЮ ТУРАГЕНСТВ В РОССИИ» в рекламе так как, согласно данным, размещенным в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», не имеет преимуществ перед другими турагентами. Так, в г. Липецк, где распространялась реклама, работает несколько десятков предприятий, предлагающих аналогичные услуги, представленные сетью магазинов «Горящих путёвок».

Реклама способная вызвать неверные представления у потребителей по поводу предлагаемых услуг рассматривается как ненадлежащая. Потребитель должен быть правильно информирован и объективно иметь право свободного (осознанного) выбора предлагаемых товаров и услуг.

Одновременная реализация туров в любую страну мира как на условиях рассрочки платежа, так и посредством привлечения кредитных ресурсов банка не исключает соответствующего требования об указании в рекламе наименования или имени лица, оказывающего финансовые услуги. Рекламный текст должен содержать сведения, которые бы позволили потребителю отличить финансовые услуги, оказываемые банком, от продажи организацией (не финансовой организацией) товаров в рассрочку или кредит. Указанная информация является существенной, поскольку ее отсутствие может ввести в заблуждение потребителей относительно содержания кредитных отношений и лиц, предоставляющих кредит. Приобретение туров в любую страну мира с оплатой через определенное время (рассрочкой) непосредственно у продавца может рассматриваться потребителем как более выгодные условия, нежели приобретение товара в кредит, предоставленный банком или иной финансовой организацией.

При этом, [часть 7 статьи 5](#) Федерального закона «О рекламе», которая не допускает отсутствие в рекламе части существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения и использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители.

Согласно части 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных, в частности пунктом 1, пунктом 20 части 3, частью 7 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.

В соответствии с указанными выше фактами реклама, распространяемая ООО «Выбирай», следующего содержания: «Сеть магазинов Горящих путёвок [www.MGP.ru](http://www.MGP.ru) МЫ УЖЕ БОЛЕЕ 15 ЛЕТ ЯВЛЯЕМСЯ САМОЙ БОЛЬШОЙ И СИЛЬНОЙ СЕТЬЮ ТУРАГЕНСТВ В РОССИИ – Сотрудничаем только с надежными, крупными туроператорами. – Don't Worry – круглосуточная служба поддержки туристов за рубежом заботится о каждом нашем клиенте – Туры в любую страну мира в рассрочку без переплат. Срок оплаты Вы выбираете сами – Возможность подбора и заказа тура с нашего сайта [www.mgp.ru](http://www.mgp.ru) Гибкая система скидок дает возможность купить еще дешевле! Вам позавидуют попутчики! г. Липецк, ул. Толстого, д. 1 [lip@mgp.ru](mailto:lip@mgp.ru) тел.: 4742 515-868», содержит признаки нарушения пункта 1, пункта 20 части 3, частью 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе», так как в рекламе содержатся не соответствующие действительности сведения о преимуществах



рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, содержатся не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара и отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, поскольку при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Решением Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области от 31.12.2015 по делу № 20 (исх.№ 6838-04 от 31.12.2015) в рекламе, рекламодателем которой является ООО «Магазин доступных цен», признано наличие нарушения п. 1, п. 20 ч. 3, ч. 7 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

Таким образом, нарушив п. 1, п. 20 ч. 3, ч. 7 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе», ООО «Магазин доступных цен» совершило административное правонарушение, за которое ч.1 ст.14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность.

В соответствии с ч. 1 ст. 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.

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 ООО «Магазин доступных цен» нарушило п. 1, п. 20 ч. 3, ч. 7 ст. 5 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

Субъект – общество с ограниченной ответственностью «Магазин доступных цен», зарегистрированное за основным государственным регистрационным номером 1064823031118.

Субъективная сторона выражается в форме вины, так как ООО «Магазин доступных цен» должно было знать и соблюдать рекламное законодательство, однако, в ходе осуществления своей деятельности допустило нарушение требований действующего рекламного законодательства. У общества имелась возможность для соблюдения рекламного законодательства, однако им не были приняты все зависящие от него меры по его соблюдению.

Место совершения административного правонарушения – г. Липецк.

Время совершения административного правонарушения – 01.09.2015-30.09.2015.

Уведомлением о составлении протокола от 11.07.2016 исх. № 3729-04 ООО

«Магазин доступных цен» назначена дата составления протокола на 22 июля 2016 года на 15 часов 30 мин. в Липецком УФАС России по адресу: г. Липецк, пл. Плеханова д.1, каб. 516.

На процедуру составления протокола № 314-Р-16 об административном правонарушении представитель ООО «Магазин доступных цен» не явился. О месте и времени составления протокола об административном правонарушении общество уведомлено надлежащим образом, о чем свидетельствуют доказательства в материалах административного дела.

На основании ч.4.1 ст.28.2 КоАП РФ протокол был составлен в отсутствие законного представителя ООО «Магазин доступных цен».

Определением о назначении места и времени рассмотрения дела об административном правонарушении № 314-Р-16 от 22.07.2016 рассмотрение дела в отношении ООО «Магазин доступных цен» было назначено на 14 час. 20 мин. 02 августа 2016 года.

02.08.2016 на рассмотрение дела об административном правонарушении № 314-Р-16 явился представитель ООО «Магазин доступных цен» <...> (по доверенности). <...> ходатайствовал о применении п. 1 ст. 4.1.1. КоАП РФ, т.к. ООО «Магазин доступных цен» является субъектом малого предпринимательства, ранее к административной ответственности не привлекалось, 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 не было, а также отсутствует имущественный ущерб.

Определением об отложении рассмотрения дела об административном правонарушении № 314-Р-16 от 02.08.2016 рассмотрение дела было назначено на 04 августа 2016 года на 16 часов 30 минут, в связи с необходимостью получения дополнительных документов и информации.

03.08.2016 в Липецкое УФАС России ООО «Магазин доступных цен» были представлены необходимые документы и ходатайство о рассмотрении дела об административном правонарушении в отсутствие представителя общества.

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. 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 ООО «Магазин доступных цен» административного правонарушения, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, руководствуясь ст. 3.2, 3.4, 4.1.1, 4.2, 4.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

## **ПОСТАНОВИЛ:**

Признать ООО «Магазин доступных цен» (398042, г. Липецк, пр. Поперечный, д. 1, ИНН 4825045031, ОГРН 1064823031118) 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 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.