

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания по делу
об административном правонарушении № 4-14.3-1034/77-15
«20» октября 2015 года г. Москва

Я, <...>, рассмотрев протокол от 08.10.2015 и материалы дела об
административном правонарушении № 4-14.3-1034/77-15, возбужденного в
отношении должностного лица — генерального директора ООО «Директ Почта»
<...>,

в связи с нарушением пункта 15 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006
№ 38-

ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившимся в распространении в
газете

«Комсомольская правда» (№ 15-т (26366-т) от 08.04.2015) рекламы стимулирующего
мероприятия, проводимого ООО «Директ Почта», содержащая недостоверные
сведения

о количестве призов или выигрышей, ответственность за которое предусмотрена
частью

1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных
правонарушениях
(далее — КоАП РФ),

в отсутствие надлежащим образом уведомленной <...>, в присутствии
представителя

<...> по доверенности <...>,

УСТАНОВИЛ:

ООО «Директ Почта» является юридическим лицом, действующим на
основании Устава. Зарегистрировано в Едином государственном реестре
юридических

лиц 16.01. 2015 за основным государственным регистрационным номером
1157746030309, ИНН 7714326233, КПП 771401001.

ООО «Директ Почта» распространило в газете «Комсомольская правда» (№ 15-т
(26366-т) от 08.04.2015) информацию о проводимом Обществом стимулирующем
мероприятии следующего содержания: « Дата Вашего рождения может сделать
Вас

миллионером! Мы разыскиваем Главного победителя Призовой акции 2015 года,
чтобы вручить ему суперприз — 1000000 рублей! Сегодня мы разыскиваем
получателя суперприза — 1000000 рублей от каталога «Салон умных подарков».

Может это вы? Проверьте прямо сейчас: прибавьте к году Вашего рождения Ваш
возраст, достигнутый в 2015 году. Отнимите число 15. Результат умножьте на 500.

ВНИМАНИЕ! Если у Вас получится 1 000 000, поздравляем: Вы — победитель! Вам
не повезло? Не расстраивайтесь! В ближайшее время мы планируем вручить 2 000
000 рублей!»

Размещение данной информации сопровождается дополнительными
сведениями (условиями акции), изложенными мелким шрифтом под основным
текстом. Данные сведения содержат, в том числе, информацию об организаторе
мероприятия — ООО «Директ Почта».

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона 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 или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность для

неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице

или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

В соответствии со свидетельством о регистрации средства массовой информации ЭЛ № ФС 77 - 50166 газета «Комсомольская правда» является средством

массовой информации, распространяемым на всей территории Российской Федерации, а также на территории зарубежных стран.

Таким образом, должностным лицом Московского УФАС России установлено, что газета «Комсомольская правда» является общедоступной для неопределенного

круга лиц-потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по территории ее распространения и кругу лиц-потребителей рекламы, не установлено.

Информация, распространенная в газете «Комсомольская правда» (№ 15-т (26366-т)

от 08.04.2015), отвечает всем требованиям рекламы: распространена в периодическом

печатном издании; адресована неопределенному кругу лиц; направлена на привлечение

внимания к объекту рекламирования.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе, 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 настоящем случае объектом рекламирования выступает стимулирующее мероприятие, проводимое ООО «Директ Почта».

На основании изложенного, информация о стимулирующем мероприятии, проводимом

ООО «Директ Почта», размещенная в газете «Комсомольская правда» (№ 15-т (26366-т) от

08.04.2015), является рекламой.

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 использования, если при этом искажается смысл информации и

вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Данная норма права запрещает вводить потребителей в заблуждение посредством

искажения смысла рекламной информации ввиду отсутствия части существенной

информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования.

Таким образом, норма части 7 статьи 5 Закона о рекламе запрещает в рекламе умалчивать информацию, которая, будучи сообщенной, изменила бы созданное рекламой

представление потребителей о товаре, об условиях его приобретения или использования.

Отсутствие в рекламе какой-либо части информации о товаре (услуге), приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей,

имеющих намерение воспользоваться рекламируемым товаром (услугой).

Размещенная в газете «Комсомольская правда» (№ 15-т (26366-т) от 08.04.2015)

реклама стимулирующего мероприятия следующего содержания: «Дата Вашего
2

рождения может сделать Вас миллионером! Мы разыскиваем Главного победителя

Призовой акции 2015 года, чтобы вручить ему суперприз — 1000000 рублей!

Сегодня

мы разыскиваем получателя суперприза — 1000000 рублей от каталога «Салон умных

подарков». Может это вы? Проверьте прямо сейчас: прибавьте к году Вашего рождения Ваш возраст, достигнутый в 2015 году. Отнимите число 15. Результат умножьте на 500. ВНИМАНИЕ! Если у Вас получится 1 000 000, поздравляем: Вы — победитель! Вам не повезло? Не расстраивайтесь! В ближайшее время мы планируем

вручить 2 000 000 рублей!», сопровождается изображением пачки денег и занимает

целую газетную страницу.

При этом, вышеуказанный текст рекламы выполнен крупным, хорошо читаемым контрастным шрифтом, размещенном на ярком фоне, в результате чего внимание потребителей рекламы привлекается именно к данной части рекламы.

Вместе с тем, размещение данной информации сопровождается

дополнительными сведениями, изложенными мелким шрифтом и расположенными внизу рассматриваемого макета.

Дополнительные сведения содержат следующую информацию: «Реклама.

**ООО «Директ Почта» для продвижения товаров по почтовым каталогам проводит с

12.03.2015 по 12.05.2015 маркетинговую акцию с вручением главного приза — 800 000 р., доп.

премией — 150 000 р., 50 000 р. (далее - «приз» и «премии»). В данном макете главный приз — 1 000 000 р. - представлен как сумма главного приза в размере 800 000 р. и доп. премий — 150 000 р. и 50 000 р. вручение суммы призов возможно при условии, что сумма заказа главного победителя не менее чем в три раза больше суммы заказа претендентов на доп. премии. 1) Настоящая акция не является конкурсом, игрой или лотереей, т. к. не основана на риске. На первом этапе всем клиентам предлагается произвести расчет, все клиенты объявляются победителями,

если в результате расчета получился призовой номер <...>. Клиенты, позвонившие по телефону с указанием результата (правильного или неправильного)

по настоящему рекламному объявлению в прессе, выражают свое согласие на

получение товарного каталога и набора документов информационного характера.

2) На втором этапе клиенты, сделавшие и оплатившие заказ из каталога, при выполнении всех условий становятся зарегистрированными участниками акции и претендуют в ее финале на получение приза и премий. 3) Обладатель приза (главный победитель) и обладатели премий будут определены в финале акции не случайным образом, а комиссией, согласно «Правилам проведения маркетинговых акций, определения призеров и вручения призов», с учетом суммы заказа (максимальной), даты поступления заказа (быстрый ответ не является основным критерием, преимущество имеет сумма заказа), факта поступления в полном объеме оплаты по данному заказу (в соответствии с данными об оплате, поступившими от кредитной организации). Доп. премия (50 000 р.) представлена в данном макете в виде подарка — 3D телевизора, который вручается (на усмотрение фирмы в виде вещевого подарка либо его денежного эквивалента) клиенту за ответ в течение 3 дней, при этом срок ответа является вторым по значимости критерием после суммы заказа. Приз и премии вручается бесплатно безналичным путем в течение 14 дней, но не позднее 30 дней со дня получения банк. Реквизитов за вычетом НДФЛ в размере 35%.

5) Регистрация на участие в акции завершается за 2 дня до финала акции по почтовому штемпелю. Предложение действительно для граждан России старше 18 лет. 5) Организатор (продавец) — ООО «Директ Почта». ОГРН 1157746030309. Адрес: 127422, Москва, ул. 3 Костякова, д. 10. Информацию об организаторе акции, правилах ее проведения, количестве призов, сроках, месте и порядке их вручения можно узнать по тел.: 8 (495) 933-54-73 (пн — птн с 07:00 — 22:00, вых. с 09:00 до 21:00)».

Все вышеуказанные дополнительные сведения занимают не более 10% от общей площади рекламного макета и расположены отдельным блоком, визуально не ассоциирующимся с рекламным макетом.

Формальное присутствие в рекламе обозначенных условий не позволяет потребителю рекламы воспринимать данные сведения в силу способа их изложения, а также их содержания.

Указанный вывод подтверждается, в том числе и многочисленными жалобами, поступающими в антимонопольный орган на аналогичную рекламу стимулирующих мероприятий, проводимых ООО «Директ Почта», а также жалобами физических лиц в Прокуратуру города Москвы, представленными в материалах рассматриваемого дела.

Должностное лицо Московского УФАС России, оценивая содержание спорной рекламы, приходит к выводу о том, что информация, содержащаяся в основном блоке рекламного макета, противоречит дополнительным сведениям, в которых указаны все существенные условия акции, а также Правилам проведения маркетинговых акций, определения призеров и вручения призов, утвержденных генеральным директором ООО «Директ Почта» 20.01.2015 (далее — Правила маркетинговых акций).

Так, основной блок спорной рекламы содержит следующее утверждение: «Дата Вашего рождения может сделать Вас миллионером! Мы разыскиваем Главного победителя Призовой акции 2015 года, чтобы вручить ему суперприз — 1000000 рублей! Сегодня мы разыскиваем получателя суперприза — 1000000 рублей от каталога «Салон умных подарков». Может это вы?» Призовой номер <...> согласно информации, указанной в рекламе, вычисляется путем сложения года, в котором родился участник, и возраста, достигнутого им в 2015 году.

Необходимо отметить, что число 1 000 000 получается при сложении указанных значений практически у всех лиц. Таким образом, ООО «Директ Почта» в данном случае применен «математический фокус» с целью дополнительного стимулирования интереса потребителей рекламы.

Вместе с тем, после слов «Дата Вашего рождения может сделать Вас миллионером!» в рекламе указана ссылка-звездочка, в соответствии с которой обладателем 1 000 000 рублей можно стать только при выполнении всех условий акции, указанных ниже (т. е. в блоке дополнительных сведений, напечатанных мелким шрифтом).

Согласно пункту 2.8 Правил маркетинговых акций, главный победитель — участник акции, сделавший и оплативший заказ на основании критериев, указанных в настоящих

Правилах и условиях акции, признанный обладателем главного приза.

В соответствии с пунктом 3.10.1 Правил маркетинговых акций, главный приз получает

участник акции, осуществивший заказ товаров по каталогу ООО «Директ Почта» на наибольшую сумму. При этом, также учитываются такие показатели, как: быстрота заказа,

отсутствие возврата, полная оплата заказа из каталога, не получение в прошлом главных

призов в других маркетинговых акциях, проводимых ООО «Директ Почта».

Таким образом, стать «главным победителем» акции исключительно в результате получения числа 1 000 000 при выполнении указанных в рекламе арифметических действий

4

невозможно. Иного толкования понятия «главный победитель» в спорной рекламе не приведено.

На основании изложенного, лицо, получившее в результате арифметических вычислений число 1 000 000, получает возможность получить товарный каталог ООО «Директ Почта». При этом, такое лицо не становится не только «главным

победителем», но и даже участником акции, поскольку для того, чтобы принять участие в акции, необходимо заказать и оплатить товар из товарного каталога ООО

«Директ Почта».

Кроме того, в противоречие утверждению «Мы разыскиваем главного победителя Призовой акции 2015 года, чтобы вручить ему Суперприз — 1 000 000 рублей!», в рекламе указано следующее: «...Если у Вас получился 1 000 000, поздравляем: Вы — победитель!».

Таким образом, исходя из содержания рекламы, лицо, получившее в результате арифметических действий число 1 000 000, признается одновременно «главным победителем» и «победителем».

Исходя из информации, изложенной в спорной рекламе мелким шрифтом (условия акции), клиент объявляется «победителем», если в результате расчета получился выигрышный номер <...>. Статус победителя предоставляет клиенту возможность позвонить по указанному номеру телефона и выразить свое согласие на

получение товарного каталога и набора документов информационного характера для

дальнейшего участия в акции.

В тоже время, в соответствии с пунктом 2.7 Правил маркетинговых акций, обладатель денежного или вещного приза — участник акции, сделавший и оплативший заказ

и на основании критериев, указанных в настоящих правилах и условиях акции, признанный

по результатам выбора комиссии обладателем денежного и/или вещевого приза, за

исключением главного приза.

В соответствии с п. 2.10 вышеуказанных правил «призеры» - это участники акции, сделавшие и оплатившие заказ, согласно условиям конкретной акции и признаны получателями денежных, вещевых и иных Призов, на основании Решения комиссии.

Кроме того, Правила маркетинговых акций содержат также термин «победители». «Победителями», согласно пункту 2.6 Правил маркетинговых акций, являются клиенты,

выбранные компанией среди числа других известных ей клиентов для отправки документов

информационного характера с условиями акции, при получении которых им предоставляется

возможность участвовать в акции и претендовать на денежные и вещевые призы при

выполнении определенных условий. Согласно указанному пункту Правил маркетинговых

акций, термин «победители» используется при объявлении всех участников акции победителями.

Таким образом, указанный в спорной рекламе термин «победитель» использован в значении отличном от значения аналогичного термина, содержащегося в Правилах маркетинговых акций.

Использование в спорной рекламе по отношению к одним и тем же лицам (лицам, получившим в результате арифметических вычислений число 1 000 000) терминов, имеющих

различное значение, приводит к введению потребителей рекламы в заблуждение, поскольку

установить реальное значение таких терминов при вышеописанных обстоятельствах представляется невозможным либо затруднительным.

Принимая во внимание, что в соответствии с общими положениями Правил 5 маркетинговых акций, правила проведения маркетинговых акций распространяются на все маркетинговые акции, проводимые ООО «Директ Почта» среди своих покупателей, а в случае противоречия отдельных позиций Условий и Правил, приоритетными признаются Правила, представляется возможным сделать вывод о том, что используемые в рекламе термины должны соответствовать терминам, указанным в Правилах маркетинговых акций.

Между тем, такого соответствия должностным лицом Московского УФАС России не установлено.

Кроме того, стоит отметить, что приведенные в спорной рекламе термины «главный победитель»/«победитель», использованы в значении, не соответствующем общепринятому толкованию значения названных слов.

Так, согласно толковому словарю Ушакова Д.Н., победитель — тот, кто победил. Аналогичное толкование слова победитель содержится и в толковом словаре Ожегова С.И., а именно, победитель — тот, кто победил, одержал победу.

Должностным лицом Московского УФАС России не установлено также и соответствие между сроком вручения призов, указанным в Условиях рассматриваемого мероприятия (с учетом впоследствии внесенных изменений) и аналогичным сроком, указанным в спорной рекламе.

Так, в рекламе указано «будет выплачен в течение 14 дней». После данного утверждения имеется ссылка-звездочка, отсылающая к следующим утверждениям:

«При выполнении всех условий маркетинговой акции, указанных ниже».

Таким образом, создается впечатление, что осталось 14 дней до вручения главного приза (1 000 000 рублей), в случае выполнения участником всех условий акции.

Между тем, такое впечатление является ошибочным, так как оно не соответствует ни срокам проведения рассматриваемой акции (период с 12.03.2015 по 12.05.2015), ни информации, содержащейся в дополнительных сведениях, приведенных в спорной рекламе мелким шрифтом, а именно: «будет выплачен в течение 14 дней — ориентировочный срок получения клиентом товарного каталога и набора документов информационного характера для дальнейшего участия в акции».

Таким образом, указанный в спорной рекламе срок «14 дней» не имеет никакого отношения к сроку вручения главного приза, а является лишь указанием на срок, в течение которого клиенту высылается товарный каталог ООО «Директ Почта».

Все вышеприведенные обстоятельства позволяют сделать вывод о том, что ООО «Директ Почта» проявило недобросовестность при определении содержания

рекламы, что привело к искажению смысла рекламы и ввело в заблуждение ее потребителей.

Согласно пункту 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», если в рекламе

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.

Принимая во внимание наличие в спорной рекламе противоречивых сведений о

6 правилах и сроках определения главного победителя/победителя, а также использование в

рекламе терминов, установить значение которых затруднительно, либо невозможно,

должностное лицо Московского УФАС России приходит к выводу о том, что данная информация в рекламе фактически отсутствует.

Таким образом, при распространении в газете «Комсомольская правда» (№ 15-т (26366-т) от 08.04.2015) рекламы рассматриваемого стимулирующего мероприятия установлено нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 15 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о

правилах и сроках проведения конкурса, игры или иного подобного мероприятия, в том числе

о сроках окончания приема заявок на участие в нем, количестве призов или выигрышей по его

результатам, сроках, месте и порядке их получения, а также об источнике информации о таком

мероприятии.

В блоке рекламы, напечатанном мелким шрифтом, указано, что маркетинговая акция проводится с вручением главного приза в размере 800 000 рублей и дополнительных премий: 150 000 рублей и 50 000 рублей. Однако в основном блоке рекламы написано только про один денежный приз (суперприз) в размере 1 000 000

рублей. Между тем, в соответствии с решением о проведении маркетинговой акции от

24.02.2015, а также решением о внесении изменений в условия маркетинговой акции

от 06.04.2015, к розыгрышу представлено четыре приза: главный приз в размере 800 000 рублей, дополнительные премии в размере 150 000 рублей, 50 000 рублей и 10 000

рублей. Таким образом, при распространении в газете «Комсомольская правда» (№ 15-т

(26366-т) от 08.04.2015) рекламы рассматриваемого стимулирующего мероприятия

установлено нарушение пункта 15 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившееся в размещении рекламы, содержащей недостоверные сведения о количестве призов или выигрышей.

Местом совершения административного правонарушения является территория распространения газеты «Комсомольская правда» (№ 15-т (26366-т) от 08.04.2015), в том числе город Москва.

Время совершения административного правонарушения — 08.04.2015 (первый день распространения газеты «Комсомольская правда» (№ 15-т (26366-т) от 08.04.2015).

Исходя из материалов рассматриваемого дела, указанная реклама распространялась на основании договора № 04-306 от 10.02.2015, заключенного между ООО «Директ Почта» и

ЗАО «Издательский дом «Комсомольская правда».

В соответствии с пунктом 1.1 данного договора, ЗАО «Издательский дом «Комсомольская правда» оказывает услуги по размещению рекламы ООО «Директ Почта» в

Изданиях Редакции. Согласно п. 2.1.3. ООО «Директ Почта» обязуется

«предоставлять оригинал-макеты рекламных материалов...»; «предоставлять Редакции полную информацию необходимую для подготовки рекламы...».

Согласно пункту 4.1 договора № 04-306 от 10.02.2015, ЗАО Издательский Дом «Комсомольская правда» не несет ответственности перед третьими лицами за содержание размещаемой ООО «Директ Почта» рекламы действующему законодательству Российской Федерации.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является

7 изготовитель или продавец товара, либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

На основании представленных в материалах настоящего дела документов установлено,

что ООО «Директ Почта» осуществляет деятельность, связанную с розничной торговлей

товарами дистанционным способом.

В целях поддержания интереса к своим товарам и способствованию их реализации,

ООО «Директ Почта» проводит стимулирующие мероприятия (маркетинговые акции с

вручением ценных призов), информация об одном из которых была размещена в газете

«Комсомольская правда» (№ 15-т (26366-т) от 08.04.2015). Данный факт подтверждается

письменными пояснениями Общества.

На основании изложенного и учитывая то обстоятельство, что размещение

спорной рекламы в газете «Комсомольская правда» (№ 15-т (26366-т) от 08.04.2015) осуществлялось в интересах и по заказу ООО «Директ Почта», должностное лицо Московского УФАС России приходит к выводу о том, что рекламодателем спорной рекламы является ООО «Директ Почта».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 15 части 3 статьи 5, частью 7 статьи 5 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

Ответственность за нарушение названных требований предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ, административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое КоАП РФ или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

В соответствии со статьей 2.4 КоАП РФ, административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Совершившие административные правонарушения в связи с выполнением организационно-распорядительных или административно-хозяйственных функций руководители и другие работники организаций несут административную ответственность как должностные лица.

В соответствии с документами, представленными ООО «Директ Почта» в адрес Московского УФАС России, генеральный директор ООО «Директ Почта» <...>, является

лицом, ответственным за распространение ООО «Директ Почта» в газете «Комсомольская правда» (№ 15-т (26366-т) от 08.04.2015) рекламы стимулирующего мероприятия, с нарушением пункта 15 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно трудовому договору № 08 между ООО «Директ Почта» и <...> от 19.02.2015, <...> является генеральным директором ООО «Директ Почта».

Из трудового договора, а именно п. 2.2.9 следует, что работник обязан обеспечивать соблюдение законности в деятельности Общества, а из п. 2.2.6. — не совершать действий, которые могут причинить финансовый вред или другой вред Обществу., вред деловой репутации Общества.

Также согласно п. 12.1 Устава ООО «Директ Почта» к компетенции Генерального директора относятся вопросы руководства текущей деятельностью

8
Общества.

Таким образом, генеральный директор ООО «Директ Почта» <...> является должностным лицом ООО «Директ Почта», ответственным за распространение

ООО «Директ Почта» в газете «Комсомольская правда» (№ 15-т (26366-т) от 08.04.2015) рекламы

стимулирующего мероприятия, с нарушением пункта 15 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5

Закона о рекламе.

На основании вышеизложенного установлено нарушение <...> требований пункта 15 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Вина <...> состоит в ненадлежащем исполнении своих служебных обязанностей, а именно непринятии всех зависящих от нее мер по соблюдению требований законодательства

при распространении ООО «Директ Почта» в газете «Комсомольская правда» (№ 15-т

(26366-т) от 08.04.2015) рекламы стимулирующего мероприятия, с нарушением пункта 15

части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 Закона о рекламе. Должностным лицом Московского

УФАС России не установлено объективных обстоятельств, делающих невозможным соблюдение указанных требований.

Ответственность за невыполнение требований установленных пунктом 15 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 Закона о рекламе, предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с ч. 2 ст. 4.1 КоАП РФ, при назначении административного наказания физическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, личность виновного, его имущественное положение, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Должностным лицом Московского УФАС России не установлено обстоятельств, отягчающих административную ответственность, а также обстоятельств, смягчающих административную ответственность <...>

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства Российской Федерации о рекламе влечет наложение административного штрафа на

граждан — от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц — от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; юридических лиц – от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Таким образом штраф, подлежащий взысканию составляет 4 000 рублей.

Руководствуясь ст.-ст. 33, 38 Закона о рекламе, ст.-ст. 4.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать <...> виновной в совершении административного правонарушения, предусмотренного пунктом 15 части 3 статьи 5 Закона о рекламе,

ответственность за которое установлена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

2. За нарушение части 1 статьи 14.3 КоАП РФ назначить должностному лицу — генеральному директору ООО «Директ Почта» <...> административное наказание

в виде административного штрафа в размере 4 000 (четыре тысячи) рублей.

Согласно части 1 статьи 32.2 КоАП РФ административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее

9
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 КоАП РФ.

В соответствии с частью 5 статьи 32.2 КоАП РФ 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 срока, указанного в части

1 настоящей статьи, 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.

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

Суммы штрафов, уплаченных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, зачисляются в соответствующие бюджеты в соотношении:

- 40% в Федеральный бюджет;

- 60% в бюджет субъекта Российской Федерации, на территории которого зарегистрирована <...>, перечислением через банк, обслуживающий хозяйствующий

субъект.

Реквизиты для уплаты административных штрафов, предусмотренных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе (квитанция прилагается):

Получатель: УФК по г. Москве (для Московского УФАС России)

Банк получателя: Отделение 1 Москва

ИНН 7706096339

КПП 770101001

БИК 044583001

р/с 40101810800000010041

КБК 161 1 16 26000 01 6000140

ОКТМО 45375000

Назначение платежа: административный штраф по делу № 4-14.3-1034/77-15.

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

неуплаченного административного штрафа.

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 арбитражном суде в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

В соответствии с пунктом 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.

Приложение: квитанция на 1 листе.