

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

### о назначении административного наказания

#### по делу № 058/04/14.3-778/2020 об административном правонарушении

17 ноября 2020 года

г. Пенза, ул. Урицкого,

прию руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Пензенской области, рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении № 058/04/14.3-778/2020, возбужденного в отношении Общества с ограниченной ответственностью «», в связи с совершением деяния, содержащего состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

#### УСТАНОВИЛ:

рассмотрение поступил протокол от 10.11.2020 № 058/04/14.3-778/2020 об административном правонарушении, составленный главным специалистом-инспектором отдела антимонопольного контроля и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Пензенской области (далее – Пензенское УФАС России) в отношении ООО, в связи с совершением деяния, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ).

протокола об административном правонарушении от 10.11.2020 № 058/04/14.3-778/2020 и материалов дела следует.

Пензенским УФАС России было рассмотрено дело № 058/05/5-686/2020 о нарушении законодательства о рекламе в отношении ООО по факту нарушения пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее ФЗ «О рекламе»).

Рекламираемая ООО реклама решением Комиссии Пензенского УФАС России от 5 октября 2020 года в соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» признана ненадлежащей.

В соответствии с частью 1 статьи 28.1 КоАП РФ непосредственное обнаружение административных правонарушений, достаточных данных, указывающих на совершение административного правонарушения, является поводом к возбуждению дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 настоящего Кодекса.

При рассмотрении настоящего дела представитель ООО не присутствовал. В

ес Пензенского УФАС России Общество представило ходатайство о рассмотрении данного административного дела без участия своего представителя. Кроме того, факт нарушения законодательства о рекламе знало.

смотрев материалы настоящего административного дела, прихожу к следующему.

т совершения ООО действий по распространению ненадлежащей рекламы зан в ходе рассмотрения дела о нарушении законодательства о рекламе и утверждается представленными доказательствами.

материалов настоящего административного дела и дела о нарушении законодательства о рекламе № 058/05/5-686/2020 следует, что в сентябре 2020 г на частоте 103.8 FM радио «Европа плюс Пенза» распространялась информация следующего содержания:

з глубины времен, из недр земных попадает к нам на стол природная вода «Ака». Лучшая вода России на вашем столе. Здоровье, бодрость и успех в ней жизни. «Кувака» - природная вода. Единая служба доставки природной воды «Кувака» 97».

соответствии со статьёй 3 Федерального закона «О рекламе» рекламой является информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

этом под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

ми словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять следующим условиям, а именно:

однозначаться для неопределенного круга лиц;

привлекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;

способствовать продвижению объекта рекламирования на рынке.

неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной зоны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

информация о воде «Кувака» со слоганом «лучшая вода России», распространяющаяся на частоте 103.8 FM радио «Европа плюс Пенза», содержит определяющие правовые признаки рекламы, позволяющие квалифицировать именно в этом качестве и отличить от информации нерекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; преследует строго заданные

1 информирования: формирует и поддерживает интерес к объекту ламирования (воде «Кувака») и способствует их продвижению на рынке логичных услуг (по своему характеру разовым предложением не является) довательно, является рекламой.

асно части 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и доверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

ответствии с пунктом 1 части 2 статьи 5 ФЗ «О рекламе» недобросовестной является реклама, которая содержит некорректные сравнения ламлируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые лведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

ответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, недостоверной является реклама, которая содержит не соответствующие действительности дения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или лизуются другими продавцами.

сутствие в рекламе выражения «лучшая вода России» указывает на наличие знаков нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в рекламе, содержащей некорректные сравнения рекламируемого товара с дьящимися в обороте товарами, которые произведены другими лготовителями или реализуются другими продавцами.

асно пункту 9 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда сийской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики менения арбитражными судами федерального закона «О рекламе» (далее – тановление), необходимо учитывать, что при сравнении в рекламе ственных товаров с товарами конкурентов не допускается сравнение, званное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров, ольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет активно оценить его свойства.

для из указанной позиции, а также статьи 14.3 Федерального закона от 7.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции», письма ФАС России от 24.12.2015 № 74666/15, под некорректным сравнением следует понимать сравнение йствующего субъекта и (или) его товара с другими хозяйствующим субъектом-курентом и (или) его товарами, в том числе:

равнение с другими хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его ром путем использования слов «лучший», «первый», «номер один», «самый», «ько», «единственный», иных слов или обозначений, создающих впечатление о зосходстве товара и (или) хозяйствующего субъекта, без указания конкретных актеристик или параметров сравнения, имеющих объективное тверждение, либо в случае, если утверждения, содержащие указание слова, ются ложными, неточными или искаженными;

равнение с другими хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его ром, в котором отсутствует указание конкретных сравниваемых

актеристик или параметров либо результаты сравнения не могут быть активно проверены;

равнение с другими хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его зром, основанное исключительно на незначительных или несопоставимых тах и содержащее негативную оценку деятельности хозяйствующего субъекта-урента и (или) его товара.

занная позиция законодателя и антимонопольного органа соотносится с нципами добросовестной конкуренции и достоверности сообщаемых дений о рекламодателях, их товарах, работах и услугах в рекламе, запретом 1спользование в отношении и потребителей, и конкурентов (конкретных или рделенных) недобросовестных способов привлечения внимания к объекту амирования.

1м образом, некорректное сравнение может быть осуществлено как с ретным хозяйствующим субъектом-конкурентом (товаром, работой, услугой), и в отношении неограниченного круга хозяйствующих субъектов-конкурентов и 1) их товаров.

льзование в рекламе выражения «лучшая вода России» направлено на пространие позитивной информации в отношении воды «Кувака» путем рректного сравнения с другими компаниями по производству питьевой воды, аженном в акцентировании на неподтвержденные непосредственно в тексте амы преимущества рекламируемых товаров.

веденное в рекламе сравнение по своей форме некорректно, в нем не линаются сравниваемые параметры, а следовательно, и достоверность зго сравнения не может быть объективно проведена.

ламодатель несет ответственность за достоверность не только тех сведений, рые относятся к его собственной деятельности (товару), но и тех сведений, рые относятся к деятельности (товару) его конкурентов, объектом амирования не являющихся.

еуказанная реклама ассоциируется с определенным товаром и его актеристиками. Размещение данной рекламы преследует цель привлечения лания потребителей к конкретному объекту рекламирования – воде «Кувака», с занием в содержании сведений о преимуществе рекламируемого товара - шая вода России», являющихся характеристикой в превосходной степени.

содержании вышеуказанной рекламы использована сравнительная актеристика объекта рекламирования с иными товарами (услугами), путем ребления слова «лучшая», без наличия документального подтверждения товерности указанного сравнения.

асно пункту 29 Постановления, использование в рекламе сравнительной актеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем ребления слов «лучший», «первый», «номер один» должно производиться с занием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и

рый имеет объективное подтверждение.

тому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться достоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими лицами.

Использование в рекламе словосочетания «лучшая вода России» напрямую противоречит вышеприведенной норме.

Следя из вышеизложенного, используемое в рекламе словосочетание «лучшая вода России», также указывает на наличие в рекламе признаков нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в рекламе, содержащей не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые изготовлены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, в отсутствие каких-либо конкретных критериев сравнений и объективных утверждений.

На основании вышеизложенного Комиссия Пензенского УФАС России приходит к выводу о наличии в рекламе воды «Кувака» со слоганом «лучшая вода России», вещенной в эфире радиостанции «Европа плюс Пенза» на частоте 103.8 FM, признаков нарушения пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

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

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частями 2-8 статьи 5 настоящего закона несет рекламодатель.

Согласно с пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель – это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем вышеуказанной рекламы является ООО , что подтверждается постановлением от 01.08.2020 №б/н с ЗАО «Телерадиокомпания «Наш дом» на размещение рекламы в эфире радиостанции «Европа плюс Пенза».

Лица ООО были квалифицированы Комиссией Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, как нарушение требований пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе», а распространяемая реклама признана ненадлежащей.

На основании части 1 статьи 14.3 Кодекса об административных правонарушениях Российской Федерации (далее – КоАП РФ) нарушение законодательства о рекламе, рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламораспространителем предусмотрено частями 1, 2, 3, 4 статьи 14.3, частями 1, 2, 3, 4 статьи 14.37, 14.38, 19.31

гощего Кодекса, - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц – от трех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Место совершения административного правонарушения: г. Пенза.

Время совершения административного правонарушения: сентябрь 2020 года.

Наименованием образом, в действиях ООО, содержится состав административного правонарушения, ответственность за которое наступает по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с частью 1 статьи 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.

Согласно ч. 1 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.

За совершение правонарушения по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность в виде 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 рублей до пятисот тысяч рублей.

Согласно с тем, в соответствии с ч.1 ст.4.1.1. КоАП РФ являющимся субъектами административного 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 2 настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных частью 2 статьи 4.1.1 настоящего Кодекса.

Согласно 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 налагается за впервые совершенные административные правонарушения в отсутствие 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

звычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при  
тствии имущественного ущерба.

де рассмотрения дела установлено, что в соответствии с реестром субъектов  
ого и среднего предпринимательства Федеральной налоговой службы по  
зенской области, ООО является микропредприятием. Ранее к  
инистративной ответственности за нарушение законодательства о рекламе  
ривлекалось. Совершенное ООО правонарушение не причиняет вреда и не  
дает угрозу возникновения причинения вреда жизни и здоровью людей,  
ектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам  
турного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской  
ерации, безопасности государства, чрезвычайных ситуаций природного и  
огенного характера, а также не причиняет имущественный ущерб.

асно п.4 ст.26.1 КоАП РФ по делу об административном правонарушении  
лежит выяснению обстоятельства, смягчающие административную  
тственность, и обстоятельства, отягчающие административную  
тственность.

честве смягчающих обстоятельств признаются нарушение законодательства о  
ламе впервые, а также добровольное устранение нарушения.

стоятельства, отягчающие административную ответственность, не  
новлены.

ответствии с частью 1 статьи 25.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого  
этся производство по делу об административном правонарушении вправе  
сомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять  
азательства, заявлять ходатайства и отводы, пользоваться юридической  
ощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с  
ексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

ывая характер совершенного ООО административного правонарушения,  
стоятельства, смягчающие административную ответственность, руководствуясь  
гьями 3.2, 3.4, 4.1.1, 4.2, 4.3, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

### **ПОСТАНОВИЛ:**

ризнать ООО виновным в совершении административного правонарушения  
тственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, и  
начить ему наказание в виде предупреждения.