

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении штрафа по делу об административном правонарушении

город Омск

28 февраля 2024 года

Дело

№ 055/04/14.3-52/2024

Заместитель руководителя управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее – Омское УФАС России, Управление) <...>, рассмотрев протокол об административном правонарушении от 17.01.2024 и другие материалы дела, возбужденного по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) в отношении индивидуального предпринимателя <...>

в отсутствие ИП <...>, в извещении которого предприняты необходимые действия (уведомление о времени и месте рассмотрения дела об административном правонарушении от 31.01.2024 исх. № ТШ/593/24, идентификатор почтового отправления 64401060976423),

УСТАНОВИЛА:

Решением Комиссии Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 05.12.2023 по делу № 055/05/5-1222/2023 реклама, распространенная И П <...> 09.08.2023 на рекламной конструкции, установленной на фасаде здания, расположенного по адресу: г. Омск, ул. Б. Хмельницкого, 287а, была признана ненадлежащей, нарушающей требования пункта 1 части 3 и 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.

Протоколом об административном правонарушении от 17.01.2024 в отношении ИП <...> возбуждено дело № 055/04/14.3-52/2024 по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Доказательствами по делу об административном правонарушении, установленными протоколом и другими документами, подтверждено следующее.

Омским УФАС России 09.08.2023 выявлен факт размещения на рекламной конструкции, установленной на фасаде здания, расположенного по адресу: г. Омск, ул. Б. Хмельницкого, 287а, информации следующего содержания: «1-Й СЕМЕЙНЫЙ ГИПЕРМАРКЕТ ОДЕЖДЫ И ОБУВИ ЭКОНОМШОР ЕЖЕДНЕВНЫЕ ПОСТУПЛЕНИЯ БОЛЕЕ 1 000 000 НАИМЕНОВАНИЙ ОДЕЖДЫ И ОБУВИ ПО ОПТОВЫМ ЦЕНАМ СКИДКА – 50% НА ВСЕ!».

По информации Администрации г. Омска, разрешение на установку и эксплуатацию вышеуказанной рекламной конструкции выдано ИП <...>.

На запрос Омского УФАС России ИП <...> представлена информация, согласно которой «... Размещение рекламных конструкций на здании магазина по адресу г. Омск, ул. Б. Хмельницкого, 287а было согласовано и произведено в установленном законом порядке, с разрешения Администрации города Омск, которое действует до 21.04.2026. Копии соответствующих документов прилагаются.

При этом указание над входом в магазин «1-Й СЕМЕЙНЫЙ ГИПЕРМАРКЕТ ОДЕЖДЫ И ОБУВИ ЭКОНОМШОР» является размещением наименования (коммерческого обозначения) магазина в месте его нахождения по адресу: г. Омск, ул. Б. Хмельницкого, 287а, и не имеет никакого отношения к рекламированию товаров или характеристик объекта. Цифра «1-й...» в контексте наименования магазина по своему лексическому значению обозначает порядковой номер

этого конкретного магазина предпринимателя. Каждому последующему открываемому магазину по другому адресу предприниматель планировал присваивать соответствующий номер в его наименовании «2-й...», «3-й...»...

...Одновременно сообщаем, что документы, подтверждающие оплату и первичные учетные документы изъяты налоговым органом для проведения налоговой проверки и поэтому не могут быть предоставлены».

По определению, данному статьей 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 - это 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;

товар - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку распространена наружным способом в адрес неопределенного круга лиц и направлена на привлечение внимания к гипермаркету одежды и обуви «ЭКОНОМSHOP» и реализуемым в нем товарам.

Одновременно текст рекламы содержит информацию «1-Й СЕМЕЙНЫЙ ГИПЕРМАРКЕТ ОДЕЖДЫ И ОБУВИ ЭКОНОМSHOP».

При этом с точки зрения обычного потребителя данная информация создает впечатление о том, что указанный магазин одежды имеет значительное преимущество перед другими магазинами, осуществляющими аналогичную деятельность по продаже одежды.

Рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара, при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые законодательством к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

В пункте 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» установлено, что недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В пункте 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано, что 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.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

Использование в рекламе названия магазина наряду с обозначением «1-й» является сравнительной характеристикой, при этом отсутствуют критерии, по которым осуществляется сравнение (по качеству товара, по объему продаж и т.п.). Отсутствие таких критериев допускает возможность проведения сравнения по любому критерию, что может ввести потребителей в заблуждение относительно объекта рекламирования (магазина), создать неверное представление о его статусе, существовании оказываемых им услуг и качестве товаров.

Согласно 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.

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

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодателем - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Исходя из определения, данного в пункте 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», ИП <...> является рекламодателем.

Более того, учитывая отсутствие документов, подтверждающих факт того, что рекламная информация распространялась в интересах и по заказу третьих лиц, исходя из определения, данного в пункте 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», ИП <...> является и рекламодателем.

В статье 38 Федерального закона «О рекламе» установлено, что рекламодатель несет ответственность за нарушение требований пункта 1 части 3 и части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно **части 1 статьи 14.3** КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2-10 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.

Таким образом, ИП <...>, имея возможность для соблюдения требований, установленных пунктом 1 части 3 и частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», не приняв все зависящие от него меры по их соблюдению, совершил административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Место совершения административного правонарушения: г. Омск, ул. Б. Хмельницкого, 287а.

Время совершения административного правонарушения: 09.08.2023.

Протокол по делу об административном правонарушении № 055/04/14.3-52/2024 составлен 17.01.2024 уполномоченным должностным лицом Омского УФАС России в отсутствие ИП <...>, в извещении которого предприняты необходимые действия (уведомление о времени и месте составления протокола об административном правонарушении от 07.12.2023 исх. № ТШ/7655/23, трек-номер 64401060970858).

Определением назначены дата и время рассмотрения дела об административном правонарушении – 31.01.2024 в 15:30 часов.

Копии протокола об административном правонарушении и определения о назначении времени и месте рассмотрения дела об административном правонарушении направлены по адресу регистрации ИП <...> заказным письмом от 17.01.2024 исх. № ТШ/226/24, однако согласно сведениям, размещенным на сайте оператора почтовой связи АО «Почта России» www.pochta.ru, указанное письмо Омского УФАС России (идентификатор почтового отправления 64401060974528) адресатом получено не было, по состоянию на 31.01.2024 имело статус – «Неудачная попытка вручения».

Определением от 31.01.2024 срок рассмотрения дела № 055/04/14.3-52/2024 продлен на один месяц, рассмотрение отложено на 28.02.2024 в 15:00 час.

Копия указанного определения направлена по адресу регистрации ИП <...> заказным письмом от 31.01.2024 исх. № ТШ/593/24, и согласно сведениям, размещенным на сайте оператора почтовой связи АО «Почта России» www.pochta.ru, указанное письмо Омского УФАС России (идентификатор почтового отправления 64401060976423) адресатом не получено, по состоянию на 19.02.2024 имеет статус – «Возврат из-за истечения срока хранения».

Таким образом, Омским УФАС России предприняты достаточные меры по надлежащему извещению ИП <...> о времени и месте рассмотрения дела об административном правонарушении.

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 его действовать в состоянии крайней необходимости, при рассмотрении дела не установлены.

При назначении наказания должностным лицом учитываются общие правила назначения административного наказания, предусмотренные статьей 4.1 КоАП РФ.

Обстоятельств, смягчающих и отягчающих административную ответственность (статьи 4.2 и 4.3 КоАП РФ), не выявлено.

Доказательств того, что совершенное ИП <...> правонарушение относится к категории малозначительных и является исключительным случаем, при рассмотрении дела об административном правонарушении не установлено.

На основании части 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ 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.

Таким образом, положение о возможности замены штрафа на предупреждение за впервые совершенное административное правонарушение может быть применено по статье 14.3 КоАП РФ в случае, если дело об административном правонарушении возбуждено по итогам проведения контрольного (надзорного) мероприятия с взаимодействием с контролируемым лицом, проверки, в ходе которых установлено соответствующее нарушение законодательства о рекламе.

В случае, если дело об административном правонарушении, ответственность за совершение которого предусмотрена статьей 14.3 КоАП РФ, возбуждено антимонопольным органом без проведения контрольных (надзорных) мероприятий, проверки, часть 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ не подлежит применению.

Дело № 055/04/14.3-52/2024 об административном правонарушении, ответственность за совершение которого предусмотрена статьей 14.3 КоАП РФ, возбуждено Омским УФАС России без проведения контрольных (надзорных) мероприятий, следовательно, в данном случае административное наказание в виде административного штрафа не подлежит замене на предупреждение.

На основании изложенного, руководствуясь **статьями 14.3, 23.48, частью 1 статьи 29.9** Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, пунктом 7.12 Положения о территориальном органе Федеральной антимонопольной службы, утвержденного приказом Федеральной антимонопольной службы от 23.07.2015 № 649/15, зарегистрированного в Министерстве юстиции Российской Федерации 24.08.2015 № 38653,

П О С Т А Н О В И Л А:

Признать индивидуального предпринимателя <...> (ИНН <...>, ОГРНИП <...>) виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, и назначить ему наказание в виде **административного штрафа** в размере **4000** (Четыре тысячи) рублей.

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 КоАП РФ административный штраф должен быть уплачен в полном размере лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу, за исключением случаев, предусмотренных частями 1.1, 1.3 - 1.3-3 и 1.4 настоящей статьи, либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 настоящего Кодекса.

Сумма административного штрафа вносится или перечисляется лицом, привлеченным к административной ответственности **по реквизитам, указанным в платежном поручении**, являющимся неотъемлемой частью настоящего постановления.

При оплате административного штрафа **платежный документ в ОБЯЗАТЕЛЬНОМ ПОРЯДКЕ должен содержать сведения о номере идентификатора начисления УИН**, указанного в назначении платежа, прилагаемого к настоящему постановлению бланка платежного поручения.

Согласно части 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, 1.1 или 1.4 настоящей статьи, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, изготавливают второй экземпляр указанного

постановления и направляют его в течение десяти суток, а в случаях, предусмотренных частями 1.1 и 1.4 настоящей статьи, в течение одних суток судебному приставу-исполнителю для исполнения в порядке, предусмотренном федеральным законодательством.

В случае изготовления второго экземпляра постановления о наложении административного штрафа в форме электронного документа, юридическая сила которого подтверждена усиленной квалифицированной электронной подписью в соответствии с законодательством Российской Федерации, указанный второй экземпляр направляется судебному приставу-исполнителю в электронном виде по информационно-телекоммуникационным сетям.

Кроме того, должностное лицо федерального органа исполнительной власти, структурного подразделения или территориального органа, иного государственного органа, рассмотревших дело об административном правонарушении, либо уполномоченное лицо коллегиального органа, рассмотревшего дело об административном правонарушении, составляет протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 настоящего Кодекса, в отношении лица, не уплатившего административный штраф.

Протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 настоящего Кодекса, в отношении лица, не уплатившего административный штраф по делу об административном правонарушении, рассмотренному судьей, составляет судебный пристав-исполнитель. Протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 настоящего Кодекса, не составляется в случае, указанном в примечании 1 к статье 20.25 настоящего Кодекса.

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 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.

Заместитель руководителя управления <...