<...>

П О С Т А Н О В Л Е Н И Е

о назначении административного наказания

по делу № 068/04/14.3-779/2019 об административном правонарушении

31 октября 2019 года
г. Тамбов

Я, руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Тамбовской области (Тамбовского УФАС России) Гречишникова Елена

Анатольевна, рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении № 068/04/14.3-779/2019, возбужденного в отношении ИП <….> по ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ),

в отсутствие ИП <…>, извещенной надлежащим образом,

УСТАНОВИЛА:

С 18 февраля 2019 года по 28 февраля 2019 года в эфире «Love радио» на частоте 102.4 FM распространялась реклама кафе «Автосуши» следующего содержания: «Ммм, какая пара. Не пара, а парочка. Вкусная парочка от Автосуши. Участвуй в акции вкусная парочка от сети кафе «Автосуши» и «Автопицца» ролл «Филадельфия» и ролл на выбор за 299 рублей. Телефон бесплатной доставки 333-343. Автосуши и автопицца. Закажи прямо сейчас. Акция действует с 15 января по 28 февраля этого года. Подробности на автосуши.ру».

28 февраля 2019 года заявитель обратился в кафе «Автосуши» по указанному в рекламе номеру доставки 333-343, заказал роллы по рекламируемой акции: ролл «Филадельфия» и ролл «Фудзияма» на выбор. Однако, сумма в чеке составила 458 рублей, а не как было заявлено в рекламе 299 рублей, что не соответствовало рекламному предложению.

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.

Рекламная информация, размещенная в эфире «Love радио», адресована неопределенному кругу лиц, направлена, прежде всего, на привлечение внимания клиентов к акции и получении при соблюдении всех ее условий скидки, формирует и поддерживает интерес к данной акции и способствуют возникновению желания обратиться в указанное кафе с целью получения роллов за 299 рублей, следовательно, является рекламной.

В соответствии с пунктом 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

В рекламе содержится одно указание, что с 15 января по 28 февраля этого года при одновременном заказе ролла «Филадельфия» и ролла на выбор

сумма составит 299 рублей.

При этом на упоминаемом в рекламе сайте содержится иная информация, о чем нет предупреждения в тексте рекламы.

Так, согласно данным сайта tb.avtosushi.ru акция «Вкусная парочка» действовала в период с 15.01.2019 по 28.02.2019 (кроме 13,14,22,23.02.2019). При покупке ролла Филадельфия с огурцом и ролла, участвующего в акции, действует специальная цена. Акция действует при одновременной покупке двух роллов:

- ролл «филадельфия с огурцом»+ролл «с жареным лососем»=299 рублей;

- ролл «филадельфия с огурцом»+ролл «с копченой курицей»=299 рублей;

- ролл «филадельфия с огурцом»+ролл «с овощной темпура без авокадо»=299 рублей.

Акция действует на доставку, в кафе и с собой. Акция не суммируется с другими проходящими акциями и предложениями (нельзя применить несколько скидок/бонусов от разных акций к одному акционному товару).

В соответствии с приказом № 1 от 10.01.2019 сотрудником ИП <…>: дата проведения акции с 15.01.2019 по 28.02.2019, условия, формат и порядок должны быть приняты в соответствии с приложением № 1 к данному приказу.

В рассматриваемой рекламе содержится информация о том, что при одновременном заказе ролла «Филадельфия» и ролла на выбор сумма составит 299 рублей, однако, в рекламе отсутствуют сведения, что «ролл на выбор» ограничен условиями акции и предполагает выбор трех вариантов из предложенных в меню роллов.

Таким образом, рекламная информация не соответствовала действительности, поскольку отличалась от заявленного в рекламе предложения, в ней отсутствовала часть существенной информации об ограничениях в выборе роллов, необходимых для участия в акции «Вкусная парочка». Неуказание данных сведений в рекламе препятствовало потребителям получить полную и достоверную информации о предложенной акции.

С учетом изложенного, в рассматриваемой рекламе нарушены требования пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе ненадлежащая реклама — реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Таким образом, указанная реклама в соответствии со статьей 3 Закона о рекламе является ненадлежащей.

Статьей 38 Закона о рекламе установлено, что за нарушение требований части 3 статьи 5 Закона о рекламе ответственность несет рекламодатель.

В соответствии с договором от 15.02.2019 № 17 на оказание услуг по рекламно-информационному обеспечению, заключенному между ООО «Информационное Агентство «Тамбов-Информ» и ИП <…>, Общество обязалось по заданию Заказчика оказать услуги по размещению рекламных материалов в эфире радиоканала «Серебряный век» на частоте 102.4 Fm в городе Тамбове, продолжительностью 27 сек., с 18.02.19 по 28.02.19, 79 трансляций. Согласно п. 2.1 договора Исполнитель (ООО «Информационное Агентство «Тамбов-Информ») обязуется обеспечить размещение рекламной информации о Заказчике на условиях и в объеме, утверждаемых в настоящем Договоре.

ООО «Информационное Агентство «Тамбов-Информ» письмом от 03.07.2019 (вх. № 4275) указало, что рекламный ролик был получен Обществом от ИП <…> в готовом виде по электронной почте.

В соответствии с актом от 28.02.2019 № 74 услуги по размещению рекламы выполнены полностью и в срок, заказчик (ИП <…>) претензий по объему, качеству и срокам оказания услуг не имеет.

С учетом изложенного, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП <…>, рекламораспространителем ООО «Информационное Агентство «Тамбов-Информ».

Распространение указанной ненадлежащей рекламы прекращено. Реклама распространялась в период с 18 февраля по 28 февраля 2019 года.

В соответствии с частью 4 статьи 38 Закона о рекламе, нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

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 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 КоАП РФ, - 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 <…> совершила административное правонарушение, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Уведомлением исх. от 10.09.2019 № 58-3-06/4225 ИП <…> вызвана на

составление и подписание протокола об административном правонарушении на 16.10.2019 года в 15 часов 00 минут.

На составление и подписание протокола об административном правонарушении ИП <…> не явилась, уведомлена надлежащим образом, заявила ходатайство о составлении протокола в ее отсутствие. Копия протокола направлена в адрес индивидуального предпринимателя.

Определением от 16.10.2019 рассмотрение дела назначено на 31.10.2019 в 14 часов 30 минут.

На рассмотрение дела ИП <…> не явилась, извещена надлежащим образом, заявила ходатайство о рассмотрении дела в ее отсутствие, при этом указала, что признает нарушение, впредь обязалась подобных нарушений не допускать. Кроме того, ИП <…> сообщила, что является субъектом малого предпринимательства, ранее к административной ответственности за нарушение законодательства в области рекламы не привлекалась.

Дело об административном правонарушении № 068/04/14.3-779/2019 рассматривалось с учетом характера совершенного административного правонарушения, имущественного и финансового положения лица, обстоятельств, смягчающих и отягчающих административную ответственность, в соответствии с частью 2 статьи 4.1 КоАП РФ.

Вина ИП <…> состоит в том, что она нарушила требования законодательства Российской Федерации о рекламе, и не предприняла всех зависящих от нее мер по их соблюдению.

Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение установленных законом требований, при рассмотрении дела не установлены.

Обстоятельств, отягчающих и смягчающих административную ответственность, не установлено.

Правонарушение совершено в период с 18 февраля по 28 февраля 2019 года, в настоящее время прекращено.

Частью 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ предусмотрена замена административного наказания в виде административного штрафа предупреждением лицам являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства, 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.

Частью 2 статьи 4.1.1. КоАП РФ установлено, что административное наказание в виде административного штрафа не подлежит замене на предупреждение в случае совершения административного правонарушения, предусмотренного статьями 14.31 - 14.33, 19.3, 19.5, 19.5.1, 19.6, 19.8 - 19.8.2, 19.23, частями 2 и 3 статьи 19.27, статьями 19.28, 19.29, 19.30, 19.33 настоящего Кодекса.

Частью 2 статьи 3.4 КоАП РФ указано, что 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 рассматриваемом случае нарушение, совершено ИП <…> впервые, не причинило вред, не привело к возникновению 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, отсутствует имущественный ущерб, также установлено, что ИП <…> является субъектом малого предпринимательства.

Рассмотрев дело об административном правонарушении №068/04/14.3-779/2019, руководствуясь статьями 23.48, частью 1 статьи 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛА:

Привлечь ИП <…> к административной ответственности по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ и подвергнуть административному наказанию в виде **предупреждения.**

Согласно части 1 и части 3 статьи 30.1 и части 1 статьи 30.3 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в арбитражный суд в течение 10 суток 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.

Руководитель Е.А. Гречишникова