

Я, руководитель Забайкальского УФАС России, рассмотрев протокол об административном правонарушении от 2 декабря 2015 года № 79/02-06, составленный начальником отдела антимонопольного контроля и рекламы Забайкальского УФАС России, о нарушении части 1 статьи 14.3. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП) в отношении ООО «Мой город», по факту нарушения требований пункта 4 части 2, пункта 2 и пункта 6 части 3, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закона о рекламе).

УСТАНОВИЛ:

Место совершения административного правонарушения: 672000, Забайкальский край, г. Чита;

Дело об административном правонарушении рассматривается в присутствии представителя ООО «Мой город».

В материалах дела имеется доказательства надлежащего уведомления ООО «Мой город» о дате, месте и времени рассмотрения дела об административном правонарушении.

Основанием для привлечения к административной ответственности послужил факт нарушения ООО «Мой город» Закона о рекламе, установленный Решением Комиссии Забайкальского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе по делу № 21.

В Забайкальское УФАС России поступила информация Управления Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Забайкальскому краю о ненадлежащей рекламе ООО «Мой город», с приложением заявлений граждан, заключивших договоры с ООО «Мастерстрой».

Кроме того, в адрес Забайкальского УФАС России поступали устные и письменные жалобы граждан г. Чита.

ООО «Мой город» на основании договора от 10.01.2015 с ООО «Герум-Продакшн», распространялась реклама следующего содержания: «СОЦИАЛЬНЫЕ ОКНА «Региональное социально ориентированное предприятие», с 1 июня по 31 августа 2015 г. для жителей г. Читы и Забайкальского края осуществляется программа по льготной замене старых окон и балконов на новые при поддержке администрации ООО «Мой город». Кол-во предложений ограничено! Гарантия 15 лет, ГОСТконтроль. г. Чита, ул. Чкалова, 149, офис 301, ТЦ «Likerka Plaza», Подробности по тел.: * социальные окна - название акции * Ликёрка Плаза, (3022)50-24-26, 8-914-350-24-26 ».

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе, реклама - это информация, распространяемая 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.

Пункт 2 статьи 3 Закона о рекламе определяет объект рекламирования как 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.

Указанная выше информация, соответствует понятию рекламы, закрепленному в действующем законодательстве, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования и способствует продвижению на рынке объекта рекламирования.

Объектом рекламирования в данном случае являются окна ООО «Мой город» и акция ООО «Мой город».

В соответствии с частью 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе ненадлежащей рекламой является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Указанная выше реклама содержит признаки нарушения пунктов 4 части 2 и части 7 статьи 5 статьи 5 Закона «О рекламе».

Определением от 21.09.2015 Забайкальским УФАС России возбуждено дело № 21 в отношении ООО «Мой город», ООО «Мастерстрой» по признакам нарушения пунктов 4 части 2 и части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно с [пунктом 4 части 2 статьи 5](#) Закона о рекламе недобросовестной признается реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

В соответствии с [пунктом 9 статьи 4](#) Федерального закона от 26.07.2006 N 135-ФЗ "О защите конкуренции" (далее - [Федеральный закон](#) "О защите конкуренции") недобросовестной конкуренцией являются любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам - конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации.

Для квалификации действий недобросовестной конкуренцией необходимо соблюдение всех признаков, указанных в [пункте 9 статьи 4](#) Федерального закона "О защите конкуренции", а именно:

1. Действия совершены хозяйствующим субъектом. ООО " Мой город " является хозяйствующим субъектом, зарегистрированным в налоговом органе в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации (согласно выписке из Единого государственного реестра юридических лиц).

2. Действия направлены на получение преимуществ в предпринимательской деятельности. Реклама, размещенная в региональном эфире телеканалов

«Первый», «Пятый канал», «Россия-1», способна предоставить ООО " Мой город " необоснованные преимущества в предпринимательской деятельности, поскольку указанная выше реклама содержит признаки недостоверной рекламы..

В соответствии с [пунктом 29](#) постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" 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.

Системное толкование указанных положений закона позволяет сделать вывод о том, что реклама товаров (работ, услуг) не должна создавать у потребителей заблуждений относительно свойств, качеств, характеристик товара (работы, услуги), в том числе его природы. Текст рекламы не должен содержать выражений, способных создать впечатление о свойствах товара, которыми он не обладает.

Рекламное объявление формирует интерес к товару или услуге и направлено на формирование у потребителей желания ими воспользоваться. Поэтому введение потребителей в заблуждение посредством распространения недостоверной рекламы способно привести к неправильному выбору потребителем товара (услуги) с необходимым ему набором потребительских свойств и в то же время привести к сокращению продаж однородных товаров (услуг) конкурентами.

3. Действия противоречат обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости. Распространение недобросовестной информации противоречит обычаям делового оборота - сложившимся и широко применяемым в области предпринимательской деятельности правилам поведения, не предусмотренным законодательством, независимо от того, зафиксированы ли они в каких-либо документах ([часть 1 статьи 5](#) ГК РФ). Распространение недобросовестной информации, безусловно, нельзя отнести к добропорядочным действиям - достойным одобрения и честным, указанное действие не является справедливым и разумным, поскольку противоречит как нормам морали, так и этики предпринимательской деятельности.

4. Действия способны причинить убытки другим хозяйствующим субъектам - конкурентам.

Учитывая изложенное, что реклама ООО «Мой город» является актом недобросовестной конкуренции, что запрещено в соответствии с [пунктом 4 части 2 статьи 5](#) Закона о рекламе.

В силу части 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](#).

В ходе рассмотрения дела Комиссия Забайкальского УФАС России, пришла к выводу что указанная выше реклама содержит признаки нарушения [пункта 2 и пункта б части 3 статьи 5](#) Закона о рекламе.

В силу [пункта 2 части 3 статьи 5](#) Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

Указанная выше реклама содержит заявление «Социальные окна» эмблему с изображением медведи и надписью «Региональное социально ориентированное предприятие», «осуществляется программа по льготной замене старых окон и балконов на новые при поддержке администрации ООО «Мой Город»».

Совокупность всех указанных элементов указывает на социальную направленность деятельности ООО «МастерСтрой» и заявляет об определенных потребительских свойствах товаров заявленных в рекламе (содержит эмблему «Региональное социально ориентированное предприятие», указание на льготы).

В соответствии с пунктом 2.1. статьи 2 Федерального закона от 12 января 1996 г. N 7-ФЗ "О некоммерческих организациях, социально ориентированными некоммерческими организациями признаются некоммерческие организации, созданные в предусмотренных настоящим [Федеральным законом](#) формах (за исключением государственных корпораций, государственных компаний, общественных объединений, являющихся политическими партиями) и осуществляющие деятельность, направленную на решение социальных проблем, развитие гражданского общества в Российской Федерации, а также виды деятельности, предусмотренные [статьей 31.1](#) настоящего Федерального закона.

В соответствии с частью 5 статьи 2 Федерального закона от 12 января 1996 г. N 7-ФЗ "О некоммерческих организациях, некоммерческие организации вправе иметь символику - эмблемы, гербы, иные геральдические знаки, флаги и гимны, описание которой должно содержаться в учредительных документах.

В соответствии с толковым словарем: эмблема (от греч. *emblemata* - рельефное украшение)- условное или символическое изображение какого-либо понятия, идеи (напр., эмблемы различных родов войск).

Таким образом, использование в рекламе эмблемы «Региональное социально ориентированное предприятие» указывает на принадлежность ООО «Мастерстрой» к социально ориентированной организации.

Кроме того, указанная в рекламе эмблема содержит изображения медведя.

В соответствии с частью 5 статьи 2 Федерального закона от 12 января 1996 г. N 7-ФЗ "О некоммерческих организациях, в качестве символики некоммерческой организации не могут быть использованы эмблемы и иные символы, описание которых ранее включено в устав существующей в Российской Федерации политической партии, а также эмблемы и иные символы организаций, деятельность которых на территории Российской Федерации запрещена.

В соответствии с пунктом 1.9., 1.9.1. **Устава политической партии «ЕДИНАЯ РОССИЯ»**, партия имеет свои эмблему, флаг, положения о которых утверждаются

Президиумом Генерального совета Партии, а также может иметь гимн, положение о котором утверждается Президиумом Генерального совета Партии. Эмблема Партии представляет собой композицию, в верхней части которой расположено стилизованное изображение развевающегося полотнища с полосами равной ширины белого, синего и красного цвета, символизирующего флаг Российской Федерации, окаймляющего с правой стороны стилизованное изображение в сочетании белого и синего цвета силуэта медведя, развернутого правым боком к зрителю.

Исходя из положений Федерального закона от 28 декабря 2013 г. N 442-ФЗ "Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации", определяющих такие понятия как «социальная услуга» - действие или действия в сфере социального обслуживания по оказанию постоянной, периодической, разовой помощи, в том числе срочной помощи, гражданину в целях улучшения условий его жизнедеятельности и (или) расширения его возможностей самостоятельно обеспечивать свои основные жизненные потребности; «получатель социальных услуг» - гражданин, который признан нуждающимся в социальном обслуживании и которому предоставляются социальная услуга или социальные услуги. Можно сделать вывод, что социальная направленность деятельности должна предусматривать реализацию услуг для определенных категорий граждан (инвалидов, малообеспеченных и т.д.) по ценам и условиям отличающихся от среднерыночных и предназначенных определенным социальным группам.

В соответствии с толковым словарем русского языка С.И. Ожегова значение слова «льгота» - преимущественное [право, облегчение](#), представляемое кому-нибудь как [исключение](#) из общих правил

Представленный в материалы дела типовой договор на оказание услуг ООО «Мастерстрой», не содержит указание на предоставление каких либо льгот и особых социальных условий.

В соответствии с [пункта 6 части 3 статьи 5](#) Федерального закона "О рекламе" реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о гарантийных обязательствах лица, оказывающего услугу, является недостоверной.

В рекламе содержится информация о гарантийных обязательствах: " Гарантия 15 лет, ГОСТконтроль ".

В соответствии с пунктом 2.1. типового договора на оказание услуг ООО «Мастерстрой» гарантийный срок устанавливается на 10 лет, что не соответствует сроку гарантии заявленному в рекламе.

В Забайкальское УФАС России поступила информация Управления Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Забайкальскому краю о ненадлежащей рекламе ООО «Мой город», с приложением заявлений граждан, заключивших договоры с ООО «Мастерстрой».

Кроме того, в адрес Забайкальского УФАС России поступали устные и письменные жалобы граждан г. Чита.

ООО «Мой город» на основании договора от 10.01.2015 с ООО «Герум-Продакшн», распространялась реклама следующего содержания: «СОЦИАЛЬНЫЕ ОКНА

«Региональное социально ориентированное предприятие», с 1 июня по 31 августа 2015 г. для жителей г. Читы и Забайкальского края осуществляется программа по льготной замене старых окон и балконов на новые при поддержке администрации ООО «Мой город». Кол-во предложений ограничено! Гарантия 15 лет, ГОСТконтроль. г. Чита, ул. Чкалова, 149, офис 301, ТЦ «Likerka Plaza», Подробности по тел.: * социальные окна - название акции * Ликёрка Плаза, (3022)50-24-26, 8-914-350-24-26 ».

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе, реклама - это информация, распространяемая 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.

Пункт 2 статьи 3 Закона о рекламе определяет объект рекламирования как 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.

Указанная выше информация, соответствует понятию рекламы, закрепленному в действующем законодательстве, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования и способствует продвижению на рынке объекта рекламирования.

Объектом рекламирования в данном случае являются окна ООО «Мой город» и акция ООО «Мой город».

В соответствии с частью 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе ненадлежащей рекламой является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Указанная выше реклама содержит признаки нарушения пунктов 4 части 2 и части 7 статьи 5 статьи 5 Закона «О рекламе».

Определением от 21.09.2015 Забайкальским УФАС России возбуждено дело № 21 в отношении ООО «Мой город», ООО «Мастерстрой» по признакам нарушения пунктов 4 части 2 и части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно с [пунктом 4 части 2 статьи 5](#) Закона о рекламе недобросовестной признается реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

В соответствии с [пунктом 9 статьи 4](#) Федерального закона от 26.07.2006 N 135-ФЗ "О защите конкуренции" (далее - [Федеральный закон](#) "О защите конкуренции") недобросовестной конкуренцией являются любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота,

требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам - конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации.

Для квалификации действий недобросовестной конкуренцией необходимо соблюдение всех признаков, указанных в [пункте 9 статьи 4](#) Федерального закона "О защите конкуренции", а именно:

1. Действия совершены хозяйствующим субъектом. ООО "Мой город" является хозяйствующим субъектом, зарегистрированным в налоговом органе в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации (согласно выписке из Единого государственного реестра юридических лиц).
2. Действия направлены на получение преимуществ в предпринимательской деятельности. Реклама, размещенная в региональном эфире телеканалов «Первый», «Пятый канал», «Россия-1», способна предоставить ООО "Мой город" необоснованные преимущества в предпринимательской деятельности, поскольку указанная выше реклама содержит признаки недостоверной рекламы..

В соответствии с [пунктом 29](#) постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" 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.

Системное толкование указанных положений закона позволяет сделать вывод о том, что реклама товаров (работ, услуг) не должна создавать у потребителей заблуждений относительно свойств, качеств, характеристик товара (работы, услуги), в том числе его природы. Текст рекламы не должен содержать выражений, способных создать впечатление о свойствах товара, которыми он не обладает.

Рекламное объявление формирует интерес к товару или услуге и направлено на формирование у потребителей желания ими воспользоваться. Поэтому введение потребителей в заблуждение посредством распространения недостоверной рекламы способно привести к неправильному выбору потребителем товара (услуги) с необходимым ему набором потребительских свойств и в то же время привести к сокращению продаж однородных товаров (услуг) конкурентами.

3. Действия противоречат обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости. Распространение недобросовестной информации противоречит обычаям делового оборота - сложившимся и широко применяемым в области предпринимательской деятельности правилам поведения, не предусмотренным законодательством, независимо от того, зафиксированы ли они в каких-либо документах ([часть 1 статьи 5](#) ГК РФ). Распространение недобросовестной информации, безусловно, нельзя отнести к добропорядочным действиям - достойным одобрения и честным, указанное действие не является справедливым и разумным, поскольку противоречит как нормам морали, так и этики предпринимательской деятельности.

4. Действия способны причинить убытки другим хозяйствующим субъектам - конкурентам.

Учитывая изложенное, что реклама ООО «Мой город» является актом недобросовестной конкуренции, что запрещено в соответствии с [пунктом 4 части 2 статьи 5](#) Закона о рекламе.

В силу части 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](#).

В ходе рассмотрения дела Комиссия Забайкальского УФАС России, пришла к выводу что указанная выше реклама признаки нарушения [пункта 2 и пункта бчасти 3 статьи 5](#) Закона о рекламе.

В силу [пункта 2 части 3 статьи 5](#) Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

Указанная выше реклама содержит заявление «Социальные окна» эмблему с изображением медведи и надписью «Региональное социально ориентированное предприятие», «осуществляется программа по льготной замене старых окон и балконов на новые при поддержке администрации ООО «Мой Город»».

Совокупность всех указанных элементов указывает на социальную направленность деятельности ООО «МастерСтрой» и заявляет об определенных потребительских свойствах товаров заявленных в рекламе (содержит эмблему «Региональное социально ориентированное предприятие», указание на льготы).

В соответствии с пунктом 2.1. статьи 2 Федерального закона от 12 января 1996 г. N 7-ФЗ "О некоммерческих организациях, социально ориентированными некоммерческими организациями признаются некоммерческие организации, созданные в предусмотренных настоящим [Федеральным законом](#) формах (за исключением государственных корпораций, государственных компаний, общественных объединений, являющихся политическими партиями) и осуществляющие деятельность, направленную на решение социальных проблем, развитие гражданского общества в Российской Федерации, а также виды деятельности, предусмотренные [статьей 31.1](#) настоящего Федерального закона.

В соответствии с частью 5 статьи 2 Федерального закона от 12 января 1996 г. N 7-ФЗ "О некоммерческих организациях, некоммерческие организации вправе иметь символику - эмблемы, гербы, иные геральдические знаки, флаги и гимны, описание которой должно содержаться в учредительных документах.

В соответствии с толковым словарем: эмблема (от греч. emblemata - рельефное украшение)- условное или символическое изображение какого-либо понятия, идеи (напр., эмблемы различных родов войск).

Таким образом, использование в рекламе эмблемы «Региональное социально ориентированное предприятие» указывает на принадлежность ООО «Мастерстрой» к социально ориентированной организации.

Кроме того, указанная в рекламе эмблема содержит изображения медведя.

В соответствии с частью 5 статьи 2 Федерального закона от 12 января 1996 г. N 7-ФЗ "О некоммерческих организациях", в качестве символики некоммерческой организации не могут быть использованы эмблемы и иные символы, описание которых ранее включено в устав существующей в Российской Федерации политической партии, а также эмблемы и иные символы организаций, деятельность которых на территории Российской Федерации запрещена.

В соответствии с пунктом 1.9., 1.9.1. **Устава политической партии «ЕДИНАЯ РОССИЯ»**, партия имеет свои эмблему, флаг, положения о которых утверждаются Президиумом Генерального совета Партии, а также может иметь гимн, положение о котором утверждается Президиумом Генерального совета Партии. Эмблема Партии представляет собой композицию, в верхней части которой расположено стилизованное изображение развевающегося полотнища с полосами равной ширины белого, синего и красного цвета, символизирующего флаг Российской Федерации, окаймляющего с правой стороны стилизованное изображение в сочетании белого и синего цвета силуэта медведя, развернутого правым боком к зрителю.

Исходя из положений Федерального закона от 28 декабря 2013 г. N 442-ФЗ "Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации", определяющих такие понятия как «социальная услуга» - действие или действия в сфере социального обслуживания по оказанию постоянной, периодической, разовой помощи, в том числе срочной помощи, гражданину в целях улучшения условий его жизнедеятельности и (или) расширения его возможностей самостоятельно обеспечивать свои основные жизненные потребности; «получатель социальных услуг» - гражданин, который признан нуждающимся в социальном обслуживании и которому предоставляются социальная услуга или социальные услуги. Можно сделать вывод, что социальная направленность деятельности должна предусматривать реализацию услуг для определенных категорий граждан (инвалидов, малообеспеченных и т.д.) по ценам и условиям отличающихся от среднерыночных и предназначенных определенным социальным группам.

В соответствии с толковым словарем русского языка С.И. Ожегова значение слова «льгота» - преимущественное [право, облегчение](#), представляемое кому-нибудь как [исключение](#) из общих правил

Представленный в материалы дела типовой договор на оказание услуг ООО «Мастерстрой», не содержит указание на предоставление каких либо льгот и особых социальных условий.

В соответствии с [пункта 6 части 3 статьи 5](#) Федерального закона "О рекламе" реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о гарантийных обязательствах лица, оказывающего услугу, является недостоверной.

В рекламе содержится информация о гарантийных обязательствах: " Гарантия 15 лет, ГОСТконтроль ".

В соответствии с пунктом 2.1. типового договора на оказание услуг ООО «Мастерстрой» гарантийный срок устанавливается на 10 лет, что не соответствует сроку гарантии заявленному в рекламе.

Исходя из изложенного, нарушение выразилось в размещении ненадлежащей рекламы, распространяющейся в региональном эфире телеканалов «Первый», «Пятый канал», «Россия-1», следующего содержания: «СОЦИАЛЬНЫЕ ОКНА «Региональное социально ориентированное предприятие», с 1 июня по 31 августа 2015 г. для жителей г. Читы и Забайкальского края осуществляется программа по льготной замене старых окон и балконов на новые при поддержке администрации ООО «Мой город». Кол-во предложений ограничено! Гарантия 15 лет, ГОСТконтроль. г. Чита, ул. Чкалова, 149, офис 301, ТЦ «Likerka Plaza», Подробности по тел.: * социальные окна - название акции * Ликёрка Плаза, (3022)50-24-26, 8-914-350-24-26 ».

Из материалов дела следует, что рекламодателем является ООО «Мой город» Таким образом, ООО «Мой город» нарушило требования, установленные пунктом 4 части 2, пунктом 2 и пунктом 6 части 3, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Ответственность за данное правонарушение предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП).

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

В соответствии с пунктом 1 статьи 2.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, административное правонарушение признается совершенным умышленно, если лицо, его совершившее, сознавало противоправный характер своего действия (бездействия), предвидело его вредные последствия и желало наступления таких последствий или сознательно их допускало либо относилось к ним безразлично.

Объективная сторона вмененного правонарушения, предусмотренного [частью 1 статьи 14.3](#) КоАП РФ состоит в нарушении установленных законодательством о рекламе норм.

Объектом предусмотренных данной статьей административных правонарушений являются общественные отношения в области рекламы.

В соответствии с пунктом 2 статьи 2.1 КоАП юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Из представленных пояснений представителя ООО «Мой город» следует, что рекламодателем спорной рекламы является ООО «Мастерстрой», поскольку ООО

«Мой город» зарегистрировано 26 марта 2015 года, а договор на оказание услуг по размещению рекламно-информационных материалов подписан 10 января 2015 года. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе должно нести ООО «Мастерстрой».

С данным доводом нельзя согласиться по следующим основаниям.

Факт распространения указанной выше рекламы, зафиксирован в августе 2015 года, в момент осуществления деятельности ООО «Мой город».

Из содержания рекламы следует, что рекламная акция проводилась в период с 1 июня по 31 августа 2015 г. и в интересах ООО «Мой город», а именно рассматриваемая реклама содержит словосочетание: «с 1 июня по 31 августа 2015 г. для жителей г. Читы и Забайкальского края осуществляется программа по льготной замене старых окон и балконов на новые при поддержке администрации ООО «Мой город»».

Оценив содержание рассматриваемой рекламы, размещенной на территории г. Читы, антимонопольным органом установлено, что она адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к услугам оказываемым ООО «Мой город», формирует и поддерживает интерес потребителей к ним, продавцом товара является ООО «Мой город», указанная выше реклама распространялась в интересах ООО «Мой город».

Следовательно, рассматриваемая реклама является рекламой ООО «Мой город».

ООО «Мой город» не приняло все зависящие от него меры по соблюдению законодательства о рекламе и, следовательно, несет ответственность, предусмотренную частью 1 статьи 14.3 КоАП.

Обстоятельств, смягчающих административную ответственность, в соответствии со ст. 4.2 КоАП РФ, не установлено.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, в соответствии со ст. 4.2 КоАП не установлено.

Согласно части 1 статьи 14.3. КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем [законодательства](#) о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных [частями 2 - 4](#) статьи 14.3, [статьями 14.37, 14.38, 19.31](#) КоАП, 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.

На основании вышеизложенного, руководствуясь статьями 23.48, 29.9 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать ООО «Мой город» (дата регистрации: 26.03.2015, ИНН 7536150610, ОГРН 1157536002095, место регистрации 672003, Забайкальский край г. Чита, ул

Трактовая,3, оф.2) нарушившим часть 1 статьи 14.3. КоАП.

2. Наложить на ООО «Мой город» административный штраф в размере **100 000 (сто тысяч) рублей.**

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно пункту 1 статьи 31.1 КоАП 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.

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 КоАП штраф должен быть уплачен не позднее 60 дней со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП.

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

Должник – ООО «Мой город» уплачивает штраф взыскателю – Управлению Федеральной антимонопольной службы по Забайкальскому краю.

Реквизиты счетов для перечисления штрафа:

Получатель платежа: УФК по Забайкальскому краю (Забайкальское УФАС России)

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного штрафа.

Постановление о взыскании штрафа выдано_____

Срок предъявления постановления к исполнению_____

Постановление о наложении штрафа вступает в силу_____

Руководитель управления