

Постановление

о наложении штрафа по делу по делу № 08-05-15/29

об административном правонарушении

12 ноября 2015 года

г. Мурманск

Заместитель руководителя управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области Попова Ирина Николаевна, действующая на основании статьи 23.48 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее КоАП РФ), пункта 7 части 2 статьи 33 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.06 № 38-ФЗ (далее Закон о рекламе), рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении № 08-05-15/29, возбужденного в отношении должностного лица ООО «Кристалл» финансового директора <...>,

УСТАНОВИЛ:

08.09.2015 года на электронный адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области поступило обращение гражданки <...> по факту распространения в г. Мурманске на проспекте Кольском, 51 рекламного баннера: «Сеть лучших моек города. Мы отмоем вашу малышку Кристалл F-1., ул. Огни Мурманска, 28 тел.70-50-50, Формула-1, пр. Кольский, 51 тел.70-54-44», с признаками нарушения рекламного законодательства.

По мнению заявителя, утверждающий слоган «Сеть лучших моек города...» носит сравнительный характер объекта рекламирования с иными товарами/услугами без объективного подтверждения в самой рекламе, что, противоречит пункту 1 части 2 и пункту 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе и ведет к нездоровой конкуренции.

В соответствии со статьей 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.

рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;

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;

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

ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации;

Согласно пункту 1 части 3 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (Далее - Закон о рекламе) 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 соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

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

Общество с ограниченной ответственностью «Кристалл» осуществляет деятельность по техническому обслуживанию автотранспортных средств, в том числе по мойке автотранспортных средств.

Согласно договору № 40/2015 от 21.09.2015 ООО «Кристалл» заказало комплекс работ и услуг, направленных на организацию и проведение рекламной кампании по размещению и распространению рекламных материалов Общества с 01.09.2015 по 31.12.2015 в виде баннера 6х3 м в городе Мурманске по проспекту Кольскому, вблизи ТЦ «Рекома».

Общество не имеет собственного рекламного менеджера, обязанность по проведению рекламной кампании была возложена на финансового директора <...>

Приказом №-02 от 05.03.2013г. <...> принят на должность финансового директора в ООО «Кристалл». Согласно должностной инструкции №03 от 21.08.2015 финансовый директор относится к категории руководителей, должен знать Законодательные и нормативно-правовые акты Российской Федерации и руководствоваться ими в своей деятельности. Пунктом 29 должностной инструкции определено, что финансовый директор обязан составлять и размещать рекламу в средствах массовой информации.

<...> определил содержание рекламы и заказал её изготовление и размещение.

Макет рекламы полностью соответствует фактически размещенной рекламе в городе Мурманске по проспекту Кольскому, вблизи ТЦ «Рекома», что подтверждается фотографией рекламы, представленной заявителем и актом осмотра рекламы Мурманского УФАС России от 15.09.2015 года.

Размещённая в виде баннера информация: «Сеть лучших моек города. Мы отмоем вашу малышку Кристалл F-1., ул. Огни Мурманска, 28 тел.70-50-50, Формула-1, пр. Кольский,51 тел.70-54-44» на рекламной конструкции в г. Мурманске на проспекте Кольском, 51, вблизи здания, в котором осуществляет деятельность ООО

«Кристалл», является рекламой, так как предназначена для неопределенного круга лиц - круг лиц не может быть заранее определен в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования – «лучших моек»; направлена на привлечение внимания к услуге по мойке автомобилей, призвана формировать и поддерживать интерес к компании ООО «Кристалл» и её деятельности.

Объектами рекламирования в рекламе являются:

-ООО «Кристалл»;

-услуга «мойка автомобилей»

использованный ООО «Кристалл» в рекламе слоган «Сеть лучших моек города...» предполагает, что рекламируемая таким способом услуга является эксклюзивной и самой востребованной с точки зрения ее качества со стороны потребителей, и одновременно, свидетельствует, что ни одно другое предприятие, действующие на данном рынке и в данном городе, не имеет таких показателей относительно качества предоставляемых услуг по мойке автомобилей.

На сегодняшний день город Мурманск располагает тридцатью предприятиями, предлагающими услуги по мойке автомобилей соответственно ООО «Кристалл», размещая рекламу о лучшей мойке своей компании должно, доказать своё первенство среди всех организаций и четко обозначить критерий по которому оценивалась услуга.

Заявление о преимуществах, в том числе, формулировка, содержащая прилагательное в превосходной степени "лучшие", должны иметь документальное и фактическое обоснование. Под преимуществом понимается превосходство качества рекламируемого товара или оказываемой услуги по каким-либо характеристикам над качеством аналогичного характера или услуги иных производителей. Наличие таких качеств, как правило, обеспечивает предпочтение потребителей.

Финансовый директор ООО «Кристалл» <...> не представил документального и фактического обоснования рекламы «Сеть лучших моек в городе...».

Из пояснений <...> следует, что размещая рекламу, им преследовалась цель ознакомить население с услугами ООО «Кристалл» и привлечь клиентов, но не ставилась задача опорочить честь и деловую репутацию конкурентов и представить в рекламе недостоверные сведения о преимуществах своих услуг перед находящимися в обороте услугами, которые оказываются другими хозяйствующими субъектами.

<...> признал, что допустил нарушение по неопытности в вопросе размещения рекламы и отметил, что в кратчайшие сроки содержание рекламы было изменено (представлено фото рекламы).

Таким образом, финансовый директор ООО «Кристалл» <...> определил содержание рекламы: «Сеть лучших моек города. Мы отмоем вашу малышку Кристалл F-1., ул. Огни Мурманска,28 тел.70-50-50, Формула-1, пр. Кольский,51 тел.70-54-44» и разместил 08.09.2015г. в виде баннера на рекламной конструкции в г. Мурманске на проспекте Кольском, 51, с нарушением пунктом 1 части 2 статьи 5 и

пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, а именно реклама содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с пунктом 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение пункта 1 части 2 статьи 5 и пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе возложена на рекламоделателя.

Лицо, совершившее противоправные действия (Субъект административного правонарушения): рекламоделатель - финансовый директор ООО «Кристалл»<...>

Место совершения административного правонарушения: Российская Федерация, г. Мурманск, проспект Кольский, 51.

Время совершения административного правонарушения: дата размещения рекламы - 08.09.2015г.

Объект данного административного правонарушения: общественные отношения, возникающие в связи необходимостью соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

В действиях финансового директора ООО «Кристалл» усматривается состав административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Согласно части 1 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение рекламоделателем законодательства о рекламе, влечет наложение административного штрафа на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей.

Субъективная сторона административного правонарушения.

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ 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.

<...> не обеспечил соблюдения требований рекламного законодательства.

Рекламоделатель, иницируя рекламную компанию, стимулирует интерес потребителей к своей услуге, поддерживает заинтересованность в ней, влияя в целом на продвижение реализуемой услуги на рынке, при этом должен соблюдать обязательные требования рекламного законодательства.

О вине <...> в допущенном правонарушении свидетельствует тот факт, что у должностного лица имелась возможность для соблюдения требований Закона о

рекламе, но не были предприняты все зависящие от него меры по их соблюдению. <...> не проявил осмотрительность и распространил рекламу с нарушением пункта 1 части 2 статьи 5 и пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Доказательства, подтверждающие отсутствие реальной возможности соблюдать требования действующего законодательства о рекламе с целью предотвращения совершения административного правонарушения, в материалах дела отсутствуют.

Согласно материалам дела <...> признал вину и представил до рассмотрения дела доказательства устранения допущенного нарушения.

Таким образом, при рассмотрении настоящего дела установлены обстоятельства смягчающие административную ответственность, предусмотренные пунктами 1 и 7 статьи 4.2 КоАП РФ.

А именно: раскаяние лица, совершившего административное правонарушение; добровольное исполнение до вынесения постановления по делу об административном правонарушении лицом, совершившим административное правонарушение.

При рассмотрении настоящего дела обстоятельств, отягчающих административную ответственность, предусмотренных статьёй 4.3 КоАП РФ не установлено.

При назначении административного наказания учтены фактические обстоятельства дела, отсутствие отягчающих ответственность обстоятельств и наличие смягчающих обстоятельств.

<...> уведомлен должным образом, 06.11.2015 письменно ходатайствовала рассмотреть дело в его отсутствие. Ходатайство удовлетворено, постановление вынесено в отсутствие <...>

В соответствии с частью 1 статьи 25.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях лицо, в отношении которого ведётся производство по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь статьями 4.2, 4.3, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ

Признать виновным должностное лицо ООО «Кристалл» финансового директора <...> в совершении нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 и пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ наложить на <...> штраф в размере 4 000 (четырёх тысяч) рублей.

Сумму штрафа надлежит уплатить в соответствующий бюджет:

Получатель УФК по Мурманской области (Мурманское УФАС России л/с04491195250) ИНН/КПП 5191501854/519001001.

Расчетный счет 40101810000000010005 в ОТДЕЛЕНИЕ МУРМАНСК Г.МУРМАНСК БИК 044705001.

Код платежа 16111626000016000140 «Денежные взыскания (штрафы) за нарушение законодательства о рекламе».

Согласно части 1 статьи 32.2 КоАП РФ 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 РФ.

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.

В соответствии с пунктом 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Жалоба на постановление по делу об административном правонарушении подаётся в суд в порядке, предусмотренном главой 30 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с частью 1 статьи 20.25 КоАП РФ неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного штрафа.