

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении штрафа по делу № 17-АР-2015

об административном правонарушении

17 апреля 2015 г.

г. Чебоксары

Зам. руководителя Чувашского УФАС России В.В. Котеев, рассмотрев протокол и материалы дела № 17-АР-2015 г. об административном правонарушении, возбужденного протоколом об административном правонарушении от 17.04.2015 г. в отношении **индивидуального предпринимателя Жукова Олега Николаевича,**

«...»

по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в связи с нарушением требований, установленных частью 1 статьи 5, пунктом 4 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», в отсутствие ИП Жукова О.Н.,

УСТАНОВИЛ:

в связи с обращением гр. «...» (вх. 05-17/385 от 29.12.2014 г.) Чувашским УФАС России установлено, что в районной газете «Знамя труда» 24, 27 декабря 2014 г. распространялась реклама магазина «Техника» ИП Жукова О.Н., сообщающая о том, что в данном магазине реализуются мотоблоки «по ценам ниже, чем в интернет-магазинах». По мнению заявителя, цены на аналогичный товар в интернет-магазинах ниже, чем в магазине «Техник». Так, мотоблок НЕВА МБ-2С-6,5 PRO стоит в магазине «Техника» 39500 руб., а на сайте motoblok.ru цена мотоблока НЕВА МБ-2С-6,5 PRO составляет 37650 рублей, то есть, на 1859 рублей дешевле.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» под рекламой понимается 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.

Информация, распространяемая газетой «Знамя труда» от 24 декабря 2014 г., направлена на формирование у потребителей желания приобрести мотоблоки НЕВА именно в магазине «Техника», сообщение о возможности приобрести самые популярные мотоблоки «по ценам ниже, чем в интернет-магазинах» вызывает интерес у неопределенного круга лиц, и способствует продвижению этого товара на рынке. Таким образом, данная информация соответствует всем

квалифицирующим признакам рекламы, определенным статьей 3 Федерального закона «О рекламе», поэтому является рекламой.

В силу части 1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с пунктом 4 части 3 статьи 5 Федерального 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.

Частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» определено, что 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.

Из письменного пояснения ИП Жукова О.Н. следует, что предприниматель подал заявку на опубликование рекламного модуля в газете «Знамя труда» Ядринского района Чувашской Республики 22.12 2014 г.

Определяя содержание рассматриваемого рекламного модуля, ИП Жуков О.Н. произвел мониторинг цен на популярные мотоблоки, реализуемые в Интернет-магазинах и утверждает, что на момент публикации рекламного модуля стоимость мотоблоков в магазине «Техника» была действительно ниже цен на популярные мотоблоки, реализуемые в Интернет-магазинах.

Заявитель «...», сравнивая цены на мотоблоки, не учитывает **СТОИМОСТЬ ДОСТАВКИ** мотоблока в г. Ядрин, которая составляет более 2000 руб. при покупке данной мототехники у иногородних продавцов. При учете затрат на доставку при покупке у иногороднего продавца, стоимость мотоблока НЕВА МБ-2С-6,5 PRO в Интернет-магазинах для конечного потребителя превысит цену, указанную в рекламе магазина "Техника", следовательно, по мнению ИП Жукова О.Н., рассматриваемая реклама достоверна.

Исходя из того, что в рекламе существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой, реклама магазина «Техника», содержащая утверждение «Самые популярные мотоблоки по ценам ниже, чем в интернет-магазинах!», распространенная в газете «Знамя труда» 24, 27 декабря 2014 г., не соответствует требованиям пункта 4 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», поскольку рекламодатель не проинформировал потребителя о том, что указанная в рекламе цена включает стоимость доставки товара при покупке данного товара у иногороднего продавца, тем самым вводя покупателя в заблуждение. Письмом от 26.01.2015 г. вх. 05-16/447 АУ Чувашской Республики «Редакция Ядринской районной газеты «Знамя труда» Мининформполитики Чувашии» сообщило, что реклама магазина «Техника» распространена 24, 27 декабря 2014 г. газетой «Знамя труда» на основании заявки ИП Жукова О.Н., который и предоставил для распространения данный

рекламный модуль.

В смысле Федерального [закона](#) "О рекламе" **рекламодателем** является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, рекламопроизводителем - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму, а рекламораспространителем - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств ([пункты 5 - 7 части 1 статьи 3](#) Федерального закона "О рекламе"). Таким образом, определив содержание рекламы магазина «Техника» ИП Жуков О.Н. выступил рекламодателем.

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушения требований, установленных частью 1 статьи 5, пунктом 4 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», несёт рекламодатель.

Нарушение **рекламодателем**, рекламопроизводителем и рекламораспространителем требований, определенных частью 1 статьи 5, пунктом 4 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» образует состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

В соответствии со статьей 2.4 КоАП РФ, должностное лицо подлежит административной ответственности в случае совершения административного правонарушения, допущенного в связи с неисполнением или ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей. Лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, совершившие административные правонарушения, несут административную ответственность как должностные лица, если настоящим Кодексом не установлено иное.

Следовательно, ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 4 части 3 статьи 5, частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» несет ИП Жуков О.Н., так как именно он, являясь рекламодателем, не принял необходимые меры по соблюдению требований действующего законодательства, совершив тем самым по неосторожности административное правонарушение, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Надлежащая и достоверная реклама является неотъемлемой составляющей добросовестной конкуренции и защиты прав потребителей.

Противоправное поведение индивидуального предпринимателя Жукова О.Н. выразилось в размещении им в рекламе магазина «Техника» утверждения «Самые популярные мотоблоки по ценам ниже, чем в интернет-магазинах!», при этом

рекламодатель не проинформировал потребителя о том, что указанная в рекламе цена включает стоимость доставки товара при покупке данного товара у иногороднего продавца, тем самым вводя покупателя в заблуждение.

В соответствии со статьей 2.2. КоАП РФ, административное правонарушение признается:

1. 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.

2. Совершенным по неосторожности, если лицо, его совершившее, предвидело возможность наступления вредных последствий своего действия (бездействия), но без достаточных к тому оснований самонадеянно рассчитывало на предотвращение таких последствий либо не предвидело возможности наступления таких последствий, хотя должно было и могло их предвидеть.

Установленные по делу обстоятельства свидетельствуют о пренебрежительном отношении ИП Жукова О.Н. к соблюдению требований рекламного законодательства.

Доказательства исключительности рассматриваемых случаев нарушений требований рекламного законодательства не представлены.

Индивидуальный предприниматель Жуков О.Н. виновен в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, так как имел возможность не допустить административное правонарушение, но не предпринял всех зависящих от него мер для надлежащего исполнения требований законодательства о рекламе при отсутствии к тому чрезвычайных и непредотвратимых обстоятельств.

Административная ответственность за указанное правонарушение предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ в виде наложения административного штрафа на должностных лиц – от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей.

В соответствии со статьей 4.1 КоАП РФ, при назначении наказания ИП Жукову О.Н. учитываются обстоятельства и характер совершенного правонарушения, имущественное и финансовое положение данного лица. Обстоятельства смягчающие и отягчающие административную ответственность отсутствуют.

С учетом установленных обстоятельств, в рассматриваемом случае исключается возможность применения положений статьи 2.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях по освобождению от административной ответственности ИП Жукова О.Н.

Определяя степень ответственности индивидуального предпринимателя Жукова О.Н., считаю возможным применить меру наказания в пределах низшей санкции, предусмотренной частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Руководствуясь статьей 23.48, частью 1 статьи 29.9, 29.10, 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, частью 6 статьи

38 Федерального закона «О рекламе»,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать **индивидуального предпринимателя Жукова Олега Николаевича** виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Назначить **индивидуальному предпринимателю Жукову Олегу Николаевичу** наказание в виде административного штрафа в размере 4000 (четыре тысячи) рублей.

Согласно части 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Сумму штрафа за нарушение законодательства о рекламе надлежит уплатить по следующим реквизитам:

Получатель:

ИНН 2128017971, КПП 213001001 УФК по Чувашской Республике (Чувашское УФАС России)

Банк получателя:

ГРКЦ НБ Чувашской Республики Банка России г. Чебоксары,

БИК 049706001, р/счет 40101810900000010005,

КБК 161 1 16 26000 01 6000 140 ОКТМО 97701000

Наименование платежа: «Денежные взыскания (штраф) за нарушение законодательства о рекламе».

В соответствии с пунктом 3 части 1 статьи 30.1 и части 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях

постановление может быть обжаловано в суд в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

«...»