

ИП (...)

(...)

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания в виде предупреждения

по делу № 140-А об административном правонарушении

«13» марта 2018г.
Брянск

г.

Заместитель руководителя управления - начальник отдела естественных монополий и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Брянской области Н.А. Новикова, рассмотрев протокол об административном правонарушении, составленный в отношении ИП (...)

УСТАНОВИЛ:

24.11.2017г. в адрес Брянского УФАС России поступило заявление гражданина (...)

Из заявления следует, что 18 ноября 2017 года Заявитель воспользовался услугами питания кафе "SUSHI IS LIFE", расположенного по адресу: Брянская область, г.Унеча, ул.Ленина, д.№7. За стойкой заказов на стене висел рекламный проспект, из которого следовало, что при заказе от 4 ролл предоставляется скидка в размере 15%. На стойке заказов лежал рекламный буклет, из которого следовало, что при заказе в данном кафе на сумму от 600 рублей полагается Ролл в подарок и бесплатная доставка.

Ознакомившись с предоставляемыми услугами и условиями, Заявителем был сделан заказ, который состоял из 4 видов ролл на общую сумму 816 рублей. Продавцом было предложено провести заказ 2 чеками, что и было сделано.

Ни в помещении кафе, ни в рекламном буклете, рекламном проспекте не указано, что акция "Ролл в подарок" и скидка 15% не предоставляются совместно.

В связи с тем, что заказ превышал сумму заказа 600 рублей Заявителю согласно сведений из рекламы полагалась акция "Ролл в подарок", а также скидка в размере 15%, что сделано не было.

Следовательно, данный факт свидетельствует о недобросовестной и недостоверной рекламе.

В соответствии со ст. 3 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ реклама – это 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; объект рекламирования - товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие.

Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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; под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Исходя из способа и формы размещения, рассматриваемая информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, способствует формированию интереса к нему и его продвижению на рынке, то есть соответствует всем признакам рекламы, установленным [пунктом 2 статьи 3](#) Федерального закона N 38-ФЗ. Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой.

Ненадлежащей признается реклама, в которой допущены нарушения

требований к ее содержанию, времени, месту и способу распространения, установленных законодательством Российской Федерации в силу ст. 2 ФЗ № 38-ФЗ от 13 марта 2006 года «О рекламе».

Согласно части 1 статьи 5 Закона «О рекламе» реклама должна быть достоверной. Недостоверная реклама не допускается.

В рекламируемом случае акции «ролл в подарок», «собери сет и получи скидку 15%» и «бесплатная доставка от 600 рублей» являются одним из преимуществ, позволяющим сэкономить деньги, что следует рассматривать как благоприятные для покупателя (потребителя) последствия участия в акциях.

Исходя из анализа действующего законодательства о рекламе, целью рекламы является не просто продвижение соответствующего товара (работы, услуги), а доведение до потребителя всех необходимых сведений, способных вызвать у ее потребителя правильное (неискаженное) представление об объекте рекламирования. Недостаточная информированность потребителя обо всех условиях рекламируемого товара (работы, услуги), имеющая место в силу недобросовестного поведения организации, предоставляющей услуги или реализующей товар, приведет к неоправданным ожиданиям названного лица, прежде всего, в отношении сделки, которую он намерен заключить.

Закон не предъявляет требования указать всю существенную информацию, но обязывает формировать у ее потребителя правильное (достоверное) восприятие о соответствующей продукции (товаре, услуге).

Поэтому существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой. В рекламе не содержится существенной информации о сроках действия акций, о предоставлении ролла в подарок при условии оформления заказа от 1000 рублей, информации о наименовании подарочного ролла или предоставлении ролла на усмотрение заведения, бесплатной доставке заказа только по городу, а также информации о том, что акция «собери сет и получи скидку 15%» не распространяется на уже готовые сет, что подтверждается пояснениями ответчика от 01.03.2018г.

Отсутствие в рекламе существенной части информации приводит к искажению рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей в нарушение ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе», согласно которой 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, имеющие намерение воспользоваться рекламируемым видом услуг.

В соответствии с ч.6 ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за указанные нарушения несет рекламоатель.

В соответствии со статьей 3 указанного закона рекламоателем является изготовитель или продавец товара либо иное лицо, определившее объект рекламирования; рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любом виде и с использованием любых средств.

Лицом, осуществляющим коммерческую деятельность в кафе "SUSHI IS LIFE", то есть рекламоателем рассматриваемой рекламы является ИП (...).

Данная реклама была признана ненадлежащей решением комиссии Брянского УФАС России по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе от «01» марта 2018г. Ответственность за распространение ненадлежащей рекламы несут лица в соответствии с Кодексом РФ об административных правонарушениях.

[Частью 1 статьи 2.1](#) КоАП РФ установлено, что административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (действие) физического или юридического лица, за которое Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Таким образом, установлено событие административного правонарушения, выразившееся в распространении 18 ноября 2017 года в кафе "SUSHI IS LIFE", расположенного по адресу: Брянская область, г. Унеча, ул. Ленина, д.7. рекламы с отсутствием существенной информации о сроках действия акций, о предоставлении рола в подарок при условии оформления заказа от 1000 рублей, информации о наименовании подарочного рола или предоставлении рола на усмотрение заведения, бесплатной доставке заказа только по городу, а также информации о том, что акция «собери сет и получи скидку 15%» не распространяется на уже готовые сеты, что не соответствует требованиям ч. 7 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

Субъектом административного правонарушения является ИП (...).

В соответствии с ч. 1 ст. 3.1 КоАП РФ, административное наказание является установленной государственной мерой ответственности за совершение административного правонарушения и применяется в целях предупреждения совершения новых правонарушений, как самим правонарушителем, так и другими лицами.

Частью 1 статьи 14.3 Кодекса об административных правонарушениях предусмотрена ответственность за нарушение рекламоателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе (ненадлежащая реклама) 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.

В силу ч. 1, 2 ст. 3.4 КоАП РФ предупреждение - мера административного наказания, выраженная в официальном порицании физического или юридического лица. Предупреждение выносится в письменной форме.

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 соответствии с ч. 1 ст. 4.1.1. КоАП РФ являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицам, 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](#) Кодекса.

Учитывая характер совершенного *предпринимателем* административного правонарушения, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, руководствуясь ст. 3.2, 3.4, 4.1.1, 4.2, 4.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать ИП (...) виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, и назначить ему наказание в виде **предупреждения**.

В соответствии частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении, вынесенное должностным лицом в отношении юридического лица, может быть обжаловано в арбитражный суд в соответствии с арбитражным процессуальным законодательством в течение 10 дней 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.

Заместитель руководителя –

начальник отдела

Н.А.Новикова