

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания

в виде предупреждения № 5-Р-17

24 января 2017 года

г. Липецк

Резолютивная часть постановления объявлена 23 января 2017 года

Постановление в полном объеме изготовлено 24 января 2017 года

Я, заместитель руководителя управления-начальник отдела защиты конкуренции Липецкого УФАС России Дмитрий Алексеевич Шелестенко, рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении № 5-Р-17, возбужденного в отношении общества с ограниченной ответственностью «Лига содействия призывникам» (398001 г. Липецк, ул. Советская, д. 7, оф. 225 ИНН 4826122264 ОГРН 1164827052972) (далее – ООО «Лига содействия») по ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ),

УСТАНОВИЛ:

В Липецкое УФАС России поступило заявление начальника отдела военного комиссариата Липецкой области по городу Липецк В. Н. Иванова о том, что в кафе «Стаханов» распространялась рекламная информация следующего содержания: «ВОЕННЫЙ БИЛЕТ? ЗВОНИ В КОМИТЕТ! Комитет содействия призывникам. Основание. Содействие. Результат.». Кроме того, в рекламе указываются контактные данные: номер телефона, адрес сайта в информационно-телекоммуникационной сети Интернет, адрес в социальной сети «ВКонтакте», адрес места нахождения.

Статья 1 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон) в числе целей данного Федерального закона устанавливает, в том числе, реализацию права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Согласно п. 1 ч.1 ст. 3 Закона 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.

В соответствии с п. 2 ч. 1 ст. 3 ФЗ «О рекламе» 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.

п. 3 ч. 1 ст. 3 Закона гласит, что товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе, реклама должна быть адресована неопределенному кругу лиц. Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Как указано в Постановлении Конституционного Суда Российской Федерации от 04.03.1997 №4-П, реклама рассматривается законодателем как средство продвижения товаров, работ услуг на общий рынок Российской Федерации.

Одним из важнейших условий размещения рекламы является то, что реклама должна быть распознаваема потребителями непосредственно в момент её представления независимо от формы или от используемого средства распространения.

При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями (Постановление Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 8 октября 2012 г. № 58 О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»).

Таким образом, информация, распространявшаяся в кафе «Стаханов» следующего содержания: «ВОЕННЫЙ БИЛЕТ? ЗВОНИ В КОМИТЕТ! Комитет содействия призывникам. Основание. Содействие. Результат.» с указанием контактных данных: номер телефона, адрес сайта в информационно-телекоммуникационной сети Интернет, адрес в социальной сети «ВКонтакте», адрес места нахождения, соответствует понятию, изложенному в ст. 3 Федерального закона «О рекламе» и является рекламной.

Кроме того, установлено, что указанная реклама распространялась в кафе «Стаханов» на основании договора № Р-1 об оказании рекламных услуг от 01 июня 2016 года, заключенного между обществом с ограниченной ответственностью «Новое кафе» (398004 г. Липецк, ул. Шуминского, д. 1а ИНН 4824066582 ОГРН 1164827054193) и обществом с ограниченной ответственностью «Лига содействия призывникам» (398001 г. Липецк, ул. Советская, д. 7, оф. 225 ИНН 4826122264 ОГРН 1164827052972).

Согласно Приложению № 1 к договору об оказании рекламных услуг от 01.06.2016 г. указанная реклама распространялась с 01.06.2016 по 01.07.2016 г.

Пункт 1 статьи 5 Закона о рекламе устанавливает, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

В соответствии с ч. 7 ст. 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.

Рекламное объявление формирует интерес к товару или услуге и направлено на формирование у потребителей желания ими воспользоваться. Поэтому существенной является информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой. Отсутствие в рекламе существенной части информации приводит к искажению рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым товаром или видом услуг.

Вводящая в заблуждение реклама способна причинить вред, как потребителю рекламной информации, так и конкуренту рекламодавца. Так, введение потребителей в заблуждение посредством распространения рекламы, в которой отсутствует часть существенной информации о товаре, условиях его приобретения или использования, способно привести к неправильному выбору потребителем товара с необходимым ему набором потребительских свойств и в то же время привести к сокращению продаж однородных товаров конкурентами.

В целом вводящая в заблуждение реклама может формально являться достоверной, но поскольку рекламодавец умалчивает об отдельных характеристиках рекламируемого товара, условиях его приобретения, у потребителя складывается искаженное представление о его потребительских свойствах, условиях использования, предназначении и пр.

Главным инструментом введения в заблуждение, как правило, является распространение ложной или неточной информации вследствие сокрытия части существенной информации. Вводящая в заблуждение реклама сообщает не "объективно неправильные (неверные) сведения", а субъективно неправильные, т.е. те, которые способны ввести в заблуждение. Это означает, что при оценке рекламы на предмет введения в заблуждение учитывается субъективное восприятие сообщенных ею сведений. Определяющим в этом случае является не то, что имел в виду рекламодавец, и не то, насколько сообщенные сведения соответствуют истине, а лишь их восприятие потребителями.

Однако реакцию потребителей можно оценивать по-разному в зависимости от адресата. При оценке рекламы на способность ввести в заблуждение следует предполагать наличие определенного набора знаний и опыта адресатов рекламы исходя из среднего уровня, характерного, как правило, для существенной части потребительской аудитории. При этом правоприменительная практика исходит из того, что средний потребитель не должен обладать специальными знаниями в разных областях.

В рассматриваемой рекламе фраза «ВОЕННЫЙ БИЛЕТ? ЗВОНИ В КОМИТЕТ!» может создать у потребителей рекламы неверное впечатление о возможности приобретения военного билета у ООО «Лига содействия».

При доказывании воздействия рекламы на потребителей часто используются эмпирические методы, в основном опросы потребителей.

Спорная реклама была вынесена на повестку дня на заседание Экспертного совета по рекламе при Липецком УФАС России.

Члены Экспертного совета пришли к выводу, что в указанной рекламе отсутствует часть существенной информации, т.к. реклама не раскрывает суть предлагаемой услуги.

Таким образом, реклама следующего содержания: «ВОЕННЫЙ БИЛЕТ? ЗВОНИ В КОМИТЕТ! Комитет содействия призывникам. Основание. Содействие. Результат.» с указанием контактных данных: номер телефона, адрес сайта в информационно-телекоммуникационной сети Интернет, адрес в социальной сети «ВКонтакте», адрес места нахождения, содержит нарушение ч.7 ст. 5 Закона о рекламе.

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

п. 5 ст. 3 Закона о рекламе гласит, что рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Из указанного определения следует, что рекламодателем может быть как лицо, заинтересованное в реализации объекта рекламирования (изготовитель товара, продавец товара, лицо, оказывающее услуги), так и иное лицо, если указанное лицо совершило действия по выбору объекта рекламирования (под которым понимается товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама) и содержания рекламной информации.

При этом отнесение того или иного лица к рекламодателю осуществляется исходя из объекта рекламирования, к которому формируется интерес в рекламе, условий договора о распространении рекламы, а также иных обстоятельств распространения рекламы.

Таким образом, рекламодателем спорной рекламы является ООО «Лига содействия».

Решением Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области от 28 октября 2016 г. по делу № 22 признано наличие нарушения ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе» в рекламе, следующего содержания: «ВОЕННЫЙ БИЛЕТ? ЗВОНИ В КОМИТЕТ! Комитет содействия призывникам. Основание. Содействие. Результат.» с указанием контактных данных: номер телефона, адрес сайта в информационно-телекоммуникационной сети Интернет, адрес в социальной сети «ВКонтакте», адрес места нахождения, рекламодателем которой является общество с ограниченной ответственностью «Лига содействия призывникам» (398001 г. Липецк, ул. Советская, д. 7, оф. 225 ИНН 4826122264 ОГРН 1164827052972).

Частью 4 статьи 38 Закона о рекламе установлено, что нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями

законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных [частями 2 - 6](#) настоящей статьи, [частью 4 статьи 14.3.1](#), [статьями 14.37](#), [14.38](#), [19.31](#) настоящего Кодекса,

- 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.

Объектом рассматриваемого правонарушения является установленный порядок управления, в частности, в сфере государственного контроля и надзора.

Объективная сторона состоит в нарушении установленных рекламным законодательством норм и заключается в том, что ООО «Лига содействия» нарушило ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

Субъект – ООО «Лига содействия призывникам» (398001 г. Липецк, ул. Советская, д. 7, оф. 225 ИНН 4826122264 ОГРН 1164827052972). Дата присвоения ОГРН: 16.02.2016.

Субъективная сторона выражается в форме вины, так как ООО «Лига содействия» не проявило ту степень заботливости и осмотрительности, какая требовалась от него в целях надлежащего исполнения законодательно установленных обязанностей, не приняло всех необходимых мер для соблюдения требований законодательства, не осуществило надлежащего контроля за соблюдением требований законодательства о рекламе при размещении рекламы, тем самым совершило административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрено [частью 1 статьи 14.3](#) КоАП РФ.

Место совершения административного правонарушения – г. Липецк.

Время совершения административного правонарушения - 01.06.2016-01.07.2016.

23.01.2017 г. на процедуру составления протокола об административном правонарушении явился генеральный директор ООО «Лига содействия».

Кроме того, 23.01.2017 г. в адрес Липецкого УФАС России поступило ходатайство генерального директора ООО «Лига содействия» о рассмотрении дела об административном правонарушении в день составления протокола об административном правонарушении. Указанное ходатайство было удовлетворено должностным лицом Липецкого УФАС России.

**В ходе рассмотрения дела было
установлено, на официальном сайте
Федеральной налоговой службы по**

**Липецкой области, по адресу
информационно-телекоммуникационной
сети интернет: <https://www.nalog.ru/rn48/>,
публикуется Единый реестр субъектов
малого и среднего
предпринимательства, в соответствии с
которым ООО «Лига содействия»
является микропредприятием, ранее
общество к административной
ответственности по ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ
не привлекалось.**

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.

В силу ч. ч. 1, 3 ст. 4.1 КоАП РФ административное наказание за совершение административного правонарушения назначается в пределах, установленных законом, предусматривающим ответственность за данное административное правонарушение, в соответствии с настоящим Кодексом.

Статьей 24.1 КоАП РФ предусмотрено, что задачами производства по делам об административных правонарушениях являются всестороннее, полное, объективное и своевременное выяснение обстоятельств каждого дела, разрешение его в соответствии с законом, обеспечение исполнения вынесенного постановления, а также выявление причин и условий, способствовавших совершению административных правонарушений.

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.

Согласно п. 4 ст. 26.1 КоАП РФ по делу об административном правонарушении подлежат выяснению обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

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](#) настоящего Кодекса.

Учитывая характер совершенного ООО «Лига содействия» 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 общество с ограниченной ответственностью «Лига содействия призывникам» (398001 г. Липецк, ул. Советская, д. 7, оф. 225 ИНН 4826122264 ОГРН 1164827052972) 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 со ст. 4.1.1 КоАП РФ.

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.

