

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о предупреждении по делу об административном правонарушении

город Омск

Дело №

20 апреля 2022 года

055/04/14.3-
64/2022

Заместитель руководителя управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее – Омское УФАС России) <...>, рассмотрев протокол об административном правонарушении от 06.04.2022 и другие материалы дела, возбужденного по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее также – КоАП РФ) в отношении индивидуального предпринимателя <...>

в отсутствие ИП <...> (ходатайство от 08.04.2022 вх. № 3672)

УСТАНОВИЛА:

Решением Комиссии Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 19.01.2022 по делу № 055/05/5-1247/2021 реклама ИП <...> на странице № 23 в выпуске № 37 (25 444) от 22.09.2021 газеты «Омская правда» была признана ненадлежащей, нарушающей требования пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»).

Комиссией Омского УФАС России также было принято решение о передаче материалов дела уполномоченному должностному лицу Омского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Протоколом об административном правонарушении от 06.04.2022 возбуждено дело № 055/04/14.3-64/2022 в отношении ИП <...>.

Доказательствами по делу об административном правонарушении, установленными протоколом и другими документами, подтверждено следующее.

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Омским УФАС России выявлен факт распространения на странице № 23 в выпуске № 37 (25 444) от 22.09.2021 газеты «Омская правда» (свидетельство о регистрации ПИ № ТУ55-00097 от 25.02.2009) рекламы следующего содержания: «САЙДИНГ всех видов КРОВЛЯ МЕТАЛЛОЧЕРЕПИЦА по цене проф. листа УТЕПЛЕНИЕ В ПОДАРОК ПРИСТРОЙКИ дверь и окно в подарок* скидка до 50 %* АИСТ строительная компания .РАССРОЧКА БЕЗ %* .ГАРАНТИЯ 5 ЛЕТ .замер и расчет бесплатно ВСЕ ВИДЫ СТРОИТЕЛЬСТВА ОКНА ПВХ под ключ ЗАБОРЫ калитка в подарок!* БАНИ по лучшим ценам* *Подробности по телефону ИП <...> Реклама наш сайт aist-55.ru <...> ».

Исходя из определения, данного в пункте 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», **реклама** - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, 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 силу пункта 2 статьи 3 Федерального закона «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.

Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (пункт 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – строительной компании «АИСТ», оказываемым ей услугам и реализуемым товарам.

Одновременно реклама содержит утверждение *«БАНИ по лучшим ценам»*.

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

Согласно пункту 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «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 пункте 29 постановления Пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 года № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» отмечено, что 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.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться **с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.**

Данное объективное подтверждение может быть установлено победой в конкурсе, экспертным исследованием, независимой экспертизой, независимым опросом и т.д. Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

В вышеуказанной рекламе использовано утверждение *«БАНИ по лучшим ценам»*, которое должно приводиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение. Вместе с тем, реклама, в нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не сопровождалась таким подтверждением.

Более того, в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 5 Федерального 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 рассматриваемой рекламе содержится некорректное сравнение - сопоставление исключительности цен по отношению к другим участникам рынка (конкурентам).

Некорректность сравнения цен с ценами на аналогичные товары (услуги), реализуемые другими продавцами, следует из того, что формируется общая оценка более выгодных

условий оказания услуг перед конкурентами.

Использованное словосочетание «по лучшим ценам» предполагает, что рекламируемые таким способом товары (бани) должны быть востребованы со стороны потребителей с точки зрения их низкой цены. Указанная реклама свидетельствует о том, что ни один другой участник рынка не имеет таких цен на рекламируемые товары.

Таким образом, в указанной рекламе усматриваются признаки нарушения требований пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

На запрос Омского УФАС России бюджетным учреждением Омской области «Омская правда» была представлена информация, согласно которой вышеуказанная реклама размещена по заказу индивидуального предпринимателя <...> (далее - ИП <...>) на основании договора на оказание услуг № 2020/12/07 от 07.12.2020.

По информации ИП <...>, заказчиком рассматриваемой рекламы является ИП <...> на основании договора от 15.01.2021 б/н.

ИП <...> на запрос Омского УФАС России даны следующие пояснения: «...так как я регулярно делаю анализ рынка рекламы и сравниваю цены конкурентов, то понимаю, что могу предложить баню по наилучшим ценам среди схожих компаний. Так же я являюсь официальным дилером компании «Металл Профиль», и их цены на строительные материалы (сайдинг, проф. лист, металлочерепица и прочее) дешевле (лучше, выгоднее) всех представленных на Омском рынке аналогичных компаний и заводов-изготовителей. Указанное нарушение законодательства допущено мной неумышленно.

Я заключила договор об оказании услуг с ИП <...>, мы обговорили с ней макет, его содержание и возможность размещения в газете. Ни ИП <...>, ни сотрудники газеты «Омская правда», которые запускают макеты рекламы в печать, не сообщили мне (не увидели), что в моем макете есть какие-либо недочеты или несоответствие с законодательством. Следовательно, я не знала, что нарушаю закон о рекламе формулировкой «по лучшим ценам». Я являюсь молодым предпринимателем, в некоторых вопросах еще не опытным, у меня нет штата юристов, специалистов по рекламе и прочего. В будущем будет усилен контроль за соблюдением законодательства о рекламе. **Данный макет больше не будет выходить в печать».**

В силу пункта 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Исходя из определения, данного в пункте 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», ИП <...> является рекламодателем.

На основании части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 2 и пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно **части 1 статьи 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.

В силу примечания к статье 2.4 КоАП РФ лица, осуществляющие предпринимательскую

деятельность без образования юридического лица, совершившие административные правонарушения, несут административную ответственность как должностные лица.

Согласно выписке из Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей от 07.02.2022 № 554320220121023 у ИП <...>. на основании сведений, содержащихся в Едином государственном реестре актов гражданского состояния, 25.12.2021 изменена фамилия на <...>.

Таким образом, ИП <...>, имея возможность для соблюдения требований, установленных пунктом 1 части 2 и пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», не приняв все зависящие от нее меры по их соблюдению, совершила административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Место совершения административного правонарушения: Омская область.

Время совершения административного правонарушения: 22.09.2021.

На момент рассмотрения настоящего дела об административном правонарушении сроки давности привлечения к административной ответственности, установленные статьей 4.5 КоАП РФ, не истекли.

Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение ИП <...> установленных Федеральным законом «О рекламе» требований, а также обстоятельства, вынуждающие ее действовать в состоянии крайней необходимости, при рассмотрении дела не установлены.

При назначении наказания должностным лицом, рассматривающим дело № 055/04/14.3-64/2022, учитываются общие правила назначения административного наказания, предусмотренные статьей 4.1 КоАП РФ.

Обстоятельств, свидетельствующих о малозначительности совершенного административного правонарушения, должностным лицом Омского УФАС России, уполномоченным на рассмотрение дела об административном правонарушении, не усматривается.

Должностным лицом, рассматривающим дело, в качестве обстоятельств, смягчающих административную ответственность ИП <...> (статья 4.2 КоАП РФ), признан факт совершения ей административного правонарушения впервые.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность (статья 4.3 КоАП РФ), не выявлено.

На основании части 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ некоммерческим организациям, а также 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, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 настоящей статьи.

Частями 1, 2 и 3 статьи 3.4 КоАП РФ установлено, что **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 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 может быть заменено некоммерческой организации, а также являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицу, осуществляющему предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, или юридическому лицу, а также их работникам на предупреждение в соответствии со статьей 4.1.1 настоящего Кодекса.

Согласно сведениям из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства на сайте Федеральной налоговой службы России <https://rmsp.nalog.ru> от 18.04.2022 № ЮЭ9965-22-6306636 ИП <...> является субъектом малого и среднего предпринимательства – микропредприятие (дата внесения сведений в реестр 10.04.2017).

Оценив характер и обстоятельства совершенного ИП <...> административного правонарушения, должностное лицо усмотрело основания для применения положений статей 3.4 и 4.1.1 КоАП РФ, поскольку их применение в данной ситуации является справедливым, отвечающим принципу целесообразности юридической ответственности, характеру правонарушения и обстоятельствам его совершения, соответствует как интересам лица, привлекаемого к ответственности, так и интересам государства.

На основании изложенного, руководствуясь **статьями 3.4, 4.1.1, 14.3, 23.48, частью 1 статьи 29.9** КоАП РФ, пунктом 7.12 Положения о территориальном органе Федеральной антимонопольной службы, утвержденного приказом Федеральной антимонопольной службы от 23.07.2015 № 649/15, зарегистрированного в Министерстве юстиции Российской Федерации 24.08.2015 № 38653,

П О С Т А Н О В И Л А:

Признать индивидуального предпринимателя <...> (ИНН <...>, ОГРНИП <...>) виновной в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, и применить к ней меру ответственности, предусмотренную частью 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ, в виде **предупреждения** за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в суд в течение 10 суток со дня вручения или получения копии постановления.

По истечении этого срока необжалованное и неопротестованное постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу и обращается к исполнению.

Заместитель руководителя управления <...>