

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания

по делу № 23-Р-18-АП об административном правонарушении

03 сентября 2018 года
Абакан

г.

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия <...>, рассмотрев протокол и материалы дела № 23-Р-18-АП об административном правонарушении, возбужденного в отношении гражданина <...>:

паспорт <...> <...>

место, дата рождения: <...>

ИНН:

место жительства: <...>,

В отсутствие лица, привлекаемого к административной ответственности – <...>, извещенного надлежащим образом о времени и месте рассмотрения настоящего дела,

УСТАНОВИЛ:

В адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия (далее по тексту – Хакасское УФАС России) 15.01.2018 г. (вх. № 145) поступило обращение прокуратуры г. Абакана Республики Хакасия о наличии признаков нарушения законодательства о рекламе в рекламе, распространенной в г. Абакане на бумажных листах формата А4 следующего содержания: «Материнский капитал. Помощь в получении.<...>. Акция! Услуга займа снижена!!! От 25 тысяч рублей. При оформлении займ до 30 000 руб. в течение 30 минут. Не дожидаясь трехлетия ребенка. Огромный опыт работы. Имеется своя недвижимость (дома, участки). Услуга 25 000 рублей без дополнительных комиссий. Самая низкая комиссия. Никакой предоплаты. Оплата после получения денег. При оформлении займ до 30 000 руб. в течение 30 минут. <...>.

Хакасским УФАС России 08.01.2018 г. за исх. № 04-322/ИС был направлен запрос в ПАО «Мегафон» относительно принадлежности указанного в рекламе номера телефона.

26.01.2018 г. (вх. № 87/ДСП) от ПАО «Мегафон» поступила копия договора № 28242514 от 27.09.2017 г. на оказание услуг связи с тарифным планом корпоративный безлимит, заключенного с <...>. Согласно приложению от 27.09.2017 г. к данному договору <...> в соответствии с тарифом корпоративный безлимит были выделены 31 абонентский номер <...> в том числе, абонентский номер телефона <...>, указанный в рекламе.

Согласно сведениям из единого государственного реестра юридических лиц интернет-сайта <https://egrul.nalog.ru/> одним из учредителей <...> является <...>, что согласно статье 9 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», является группой лиц.

Из сведений, полученных с официального интернет-сайта <...>, деятельность с корпоративными номерами телефонов, выделенных ПАО «Мегафон» <...> по договору № 28242514 от 27.09.2017 г. осуществляет <...> в своих офисах в с. Аскиз Республики Хакасия, в г. Новосибирске, в г. Ужуре Красноярского края, в г. Барнауле Алтайского края, в г. Кызыле Республики Тыва, в г. Минусинске Красноярского края, в г. Ачинске Красноярского края, в г. Шарыпово Красноярского края, в с. Шира Республики Хакасия.

Таким образом, из содержания рекламы и имеющихся документов первоначально следовало, что реклама распространяется в интересах <...>.

Изучив имеющиеся и полученные материалы, Хакасское УФАС России усмотрело в рекламе признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Определением от 28.02.2018 г. в отношении <...> возбуждено дело № 5-Р-18 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Кроме того, 06.03.2018 г. в ходе проведения Хакасским УФАС России мониторинга рекламы на предмет соблюдения законодательства о рекламе было установлено, что на подоконнике окна кассы автозаправочной станции «Газпромнефть», расположенной по адресу: г. Абакан, ул. Крылова, 130, распространяется реклама на визитных карточках, аналогичная по своему содержанию рекламе, указанной в обращении прокуратуры г. Абакана, с указанием наименования организации в интересах которой она распространяется <...>, контактным номером телефона <...>, контактным лицом <...> и сайтом организации <...>.

На заседание комиссии 28.03.2018 г. представитель <...> не явился, помощник прокурора г. Абакана <...> полагала, что его участие необходимо в заседании комиссии, поскольку необходимо задать ряд вопросов относительно рассматриваемого дела.

Дело № 5-Р-18 о нарушении рекламного законодательства несколько раз откладывалось с вынесением Определения об отложении с целью полного и всестороннего выяснения обстоятельств дела.

В результате рассмотрения комиссия антимонопольного органа выяснила следующее.

<...>, как учредитель КПК <...> через кооператив ведет совместную хозяйствующую деятельность по выдаче займов под материнский капитал. В связи с чем, ряд своих корпоративных номеров телефонов, выделенных ПАО «Мегафон» <...> по договору № 28242514 от 27.09.2017 г., были переданы <...> для использования в хозяйствующей деятельности по выдаче займов. Номер телефона № <...>, указанный в рекламе, <...> ввиду ненадобности передан человеку по имени <...> в связи с чем, <...> полагал, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является данное лицо по имени <...>.

К участию в деле № 5-Р-18 в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, привлечен <...>. От <...> 10.05.2018 г. (вх. № 2460) в адрес Хакасского УФАС России поступила копия заявления о переоформлении договора об оказании услуг связи от 07.11.2017 г., из содержания которого следует, что <...> через Сибирский филиал ПАО «Мегафон» передал <...> права и обязанности по Договору об оказании услуг связи № 28242514 от 27.09.2017 г. в части использования абонентского номера 8 923 020 5286.

Помощник прокурора г. Абакана <...>, участвующая в рассмотрении дела также полагала, что рекламодателем рекламы является лицо по имени <...>.

Решением Комиссии Хакасского УФАС России от 28.05.2018 г. по делу № 5-Р-18 рассматриваемая реклама признана ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования [пункта 1 части 3 статьи 5](#) Закона о рекламе. Материалы дела № 5-Р-18 являются неотъемлемым приложением к материалам настоящего дела об административном правонарушении.

Изучив материалы дела, прихожу к выводу о нарушении <...> пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно пункту 1 части 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 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.

Частью 1 статьи 5 Закона о рекламе установлено, что недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

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: «самый», «дешевле», «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Согласно пункту 1 части 3 статьи 5 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.

Реклама должна оцениваться по тому воздействию, которое она может оказать. В соответствии с Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ, она должна носить понятный, не двусмысленный характер, и не должна вводить потребителя в заблуждение.

В соответствии с пунктом 29 Постановления Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», 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. 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 (пункт 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ).

Согласно словарю Ожегова С.И. слово «самый» - при прилагательном образует его превосходную степень, а при существительном указывает на крайнюю степень количества или качества. С. хороший. С. модный. Самая малость. Самые пустяки.

Так как в выражении «от 25 000 рублей. Самая низкая комиссия» не указано среди каких организаций действует данное утверждение, то можно предположить, что стоимость услуги займа под материнский капитал от 25 000, является самой дешевой, чем у любых других хозяйствующих субъектов, осуществляющих деятельность по выдаче займов под материнский капитал, независимо от места их нахождения.

Таким образом, выражение «самая низкая комиссия» не имеет конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Данная реклама содержит признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, согласно которому 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.

Согласно частям 6 и 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе 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.

Из содержания рекламы следует, что контактным лицом в рекламе указано физическое лицо по имени <...>.

Кроме того, Хакасским УФАС России в рамках административного дела был 26.03.2018 г. проведен осмотр интернет-сайта <https://vk.com>, по результатам которого был составлен соответствующий акт.

В ходе осмотра было установлено, что при поиске информации по номеру телефона <...>, указанного в рекламе в качестве контактного, отображается интернет-страница социальной сети в контакте <...>. На данной странице < ... > также размещена информация о предоставлении услуги помощи в получении материнского капитала, а также контактный номер телефона <...>.

Согласно предоставленной копии заявления о переоформлении договора об оказании услуг связи от 07.11.2017 г., следует, что <...> через Сибирский филиал ПАО «Мегафон» права и обязанности по Договору об оказании услуг связи № 28242514 от 27.09.2017 г. в части использования номера телефона <...>, указанного в рекламе, были переданы <...>.

Таким образом, из совокупности вышеуказанных доказательств следует, что лицом, определившим объект рекламирования, то есть рекламодателем, является указанное в рекламе физическое лицо – <...>.

Указанное нарушение рекламного законодательства образует состав административного правонарушения, предусмотренного частью 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.

В соответствии с частью 1 статьи 28.3 КоАП РФ протоколы об

административных правонарушениях составляются должностными лицами органов, уполномоченных рассматривать дела об административных правонарушениях в пределах компетенции соответствующего органа.

Согласно статьи 23.48 КоАП РФ территориальные антимонопольные органы уполномочены рассматривать дела об административных правонарушениях, предусмотренных статьей 14.3 КоАП РФ, устанавливающей ответственность должностных лиц за нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе.

Поводом к возбуждению дела об административном правонарушении послужило непосредственное обнаружение должностным лицом данных, указывающих на наличие события административного правонарушения.

13.06.2018 г. заказным письмом по месту жительства <...> было направлено уведомление о составлении протокола.

20.07.2018 г. в отсутствие <...> был составлен протокол об административном правонарушении. Определением о назначении времени и места рассмотрения дела № 23-Р-18-АП об административном правонарушении дело назначено к рассмотрению на 03.09.2018 г. в 16 часов 00 минут.

Факт совершения административного правонарушения <...> подтверждается протоколом по делу № 23-Р-18-АП об административном правонарушении от 20.07.2018 г., а также другими материалами дела.

Срок давности привлечения <...> к административной ответственности, установленный частью 1 статьи 4.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях за нарушение законодательства о рекламе, на момент вынесения настоящего постановления не истек.

В соответствии с частью 2 статьи 4.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях при назначении административного наказания физическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, личность виновного, его имущественное положение, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Решая вопрос о виде и размере административного наказания, прихожу к выводу, что имеются обстоятельства, смягчающие административную ответственность: 1) добровольное прекращение противоправного деяния; 2) совершение административного правонарушения впервые.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, не установлено. Документов, подтверждающих имущественное и финансовое положение привлекаемого лица, не представлено.

Учитывая изложенное, считаю, что наказание в виде административного штрафа в минимальном размере, предусмотренном санкцией ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, является справедливым и соразмерным.

Оснований для применения статьи 2.9 КоАП России не имеется.

Руководствуясь статьями 23.48, 29.9, 29.10, а также статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать гражданина <...> виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях и назначить ему наказание в виде административного штрафа в размере 2 000 (двух тысяч) рублей 00 копеек.

В соответствии с частью 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.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме.

Согласно Приказу Федеральной антимонопольной службы от 06.04.2016 года № 418/16 «Об осуществлении Федеральной антимонопольной службой Российской Федерации и территориальными органами ФАС России бюджетных полномочий главного администратора (администратора) доходов федерального бюджета» денежные взыскания (штрафы) за нарушение законодательства о рекламе, налагаемых федеральными органами государственной власти оплачиваются в федеральный бюджет.

Реквизиты для уплаты административного штрафа:

ИНН 1901021801, КПП 190101001

УФК по Республике Хакасия (Хакаское УФАС России),

р/с 40101810200000010001, отделение – НБ Республика Хакасия,

БИК 049514001,

Код ОКТМО **95 701 000**,

Код бюджетной классификации 16111626000016000140 – «Денежные взыскания (штрафы) за нарушение законодательства о рекламе».

ID плательщика - 01000000000009505589276643.

В поле назначения платежа после основания, указать «в соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях».

Копию документа, подтверждающего уплату административного штрафа, лицо, привлеченное к административной ответственности, направляет должностному лицу, вынесшему постановление, по факсу 8 (3902) 22-62-55.

Согласно части 1 статьи 20.25 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа, но не менее одной тысячи рублей, либо административный арест на срок до пятнадцати суток, либо обязательные работы на срок до пятидесяти часов.

В соответствии с пунктом 3 части 1 и частью 3 статьи 30.1, а также частью 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу, либо в суд в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статьи 31.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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.

Постановление по делу об административном правонарушении выдано 03 сентября 2018 года, вступает в законную силу с 14 сентября 2018 года в соответствии с требованиями пунктов 1, 2 статьи 31.1 КоАП РФ.

Заместитель руководителя управления

<...>