

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания

по делу № А15/383

об административном правонарушении

11.11.2015

г. Тюмень

Я, Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области (далее - Тюменское УФАС России), \_\_\_\_\_, рассмотрев материалы дела №А15/383, возбужденного в отношении ООО \_\_\_\_\_), (далее также Общество), в присутствии законного представителя: Н.В. Байбус (предъявлен паспорт <...> которому разъяснены права лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, закрепленные ст.25.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ, Кодекс),

### У С Т А Н О В И Л А:

Решением Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе от 09.07.2015 № Р15/67-02 признана ненадлежащей реклама, распространенная на сайте 2 ГИС ООО «Регион-Консалтинг», под заголовком «TeleTrade- брокер № 1 в мире! 20 лет успешной работы на финансовых рынках: валютном рынке «Форекс» и американской фондовой бирже», следующего содержания: «TeleTrade – брокер №1 в мире! 20 лет успешной работы на финансовых рынках: валютном рынке «Форекс» и американской фондовой бирже. Самая большая филиальная сеть в мире – 250 офисов в 22 странах мира. Лауреат международных наград «Лучшая аналитика брокеров форекс-2013» и «Эксперт на финансовых рынках-2013». TeleTrade – это готовые высокодоходные инвестиционные продукты «Биржа трейдеров» и «Мастер-Инвест», лучшая аналитика для телеканалов «РБК» и «Россия 24», новейшие образовательные методики для обучения торговле на финансовых рынках» ООО «Телетрейд» Бизнес-тренинги\семинары, Дилинговые центры, Инвестиционные компании, Операции на фондовом рынке, Финансовый консалтинг. Республики, 164 ст. 2-106 офис; БЦ Clover Hous», поскольку в ней нарушены требования пункта 20 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.06 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

Ответственность за распространение ненадлежащей рекламы предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Исследовав материал административного дела, установлено следующее.

Согласно ст. 3 Закона о рекламе рекламой является 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, 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; ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации; рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Таким образом, информация о компании TeleTRADE, размещавшаяся на сайте «2 ГИС», принадлежащем ООО «ДубльГИС Тюмень», является рекламой, поскольку отвечает всем требованиям, предъявляемым к рекламе.

В соответствии с ч. 1 ст. 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 Закона о рекламе, недостоверной о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

По смыслу приведенных нормативных положений реклама рассматривается законодателем как средство продвижения товаров, работ и услуг, а также самого изготовителя или продавца рекламируемого товара на определенном рынке. При этом те или иные способ, форма и средства распространения соответствующей информации могут предполагать различный рынок воздействия (по географическому признаку), в том числе тот или иной локальный рынок, на котором существуют определенная конкурентная среда и определённые потребители рекламы.

Недостоверной считается не только заведомо ложная реклама, но и устаревшая, не только активно провозглашаемая, но и умалчиваемая, имеющая существенное значение информация. Любая из форм проявления недостоверной информации преследуется законом.

Как установлено материалами дела № P15/67, и не оспаривается Обществом, в вышеуказанной рекламе используется предложение следующего содержания: «TeleTrade – брокер №1 в мире!». Однако, согласно пояснениям Общества, компания TeleTrade признана брокером № 1 в мире, за наилучшие показатели по следующим критериям: количество офисов партнеров TeleTRADE (более 250

офисов по всему миру); стаж работы (более 20 лет с 1994 г.). Кроме того, по указанным показателям TeleTrade лидирует, по мнению Международной независимой организацией Global Forex Awards (GFA), состоящей представителей из информационно-аналитических агентств, издательств и Интернет-ресурсов, чья деятельность напрямую связана с финансовыми рынками.

Согласно правилам русского языка, предложение - это единица языка, которая представляет собой грамматически организованное соединение слов (или слово), обладающее смысловой и интонационной законченностью. С точки зрения пунктуации, предложение как законченная единица речи оформляется в конце точкой, восклицательным или вопросительным знаками — или многоточием. Таким образом, предложение «TeleTrade – брокер №1 в мире!» является оконченной языковой единицей, обладающей смысловой и интонационной законченностью.

По характеру высказывания указанное предложение является восклицательным повествовательным, выражающим эмоции, что передаётся специальной восклицательной интонацией. Согласно толковому словарю Ожегова С.И. и Шведова Н.Ю. слова «номер один» имеет несколько значений, в том числе: самый главный или первостепенный, например, соперник номер один; проблема номер один и так далее. В указанном предложении говорится о том, что объект рекламирования является номером один на рынке аналогичных услуг, а именно декламирует потребителю, что является самым лучшим, лидирующим. Что, безусловно, порождает у потребителя впечатление о том, что данная организация является лучшей и лидирует среди аналогов.

При этом информация о сроке работы и количестве филиалов дает потребителю сведения, явно ассоциирующиеся с общими сведениями об объекте рекламирования, а не как указывает Общество, критериями, по которым объект рекламирования является первым, а следовательно, в рассматриваемой рекламе отсутствуют критерии по которым объект рекламирования является первым среди аналогичных.

Кроме того, в рекламе отсутствуют сведения о лице, по мнению которого объект рекламирования является номером 1 в мире, а именно о Международной независимой организации Global Forex Awards (GFA), которая проводила исследование. Отсутствие этой информации в рекламе создает впечатление у потребителя о том, что компания TeleTrade является безусловным лидером в мире по оказанию брокерских услуг, признана всеми экспертами на указанном рынке, что формирует искаженное восприятие об изготовителе или о продавце рекламируемого товара потребителем.

Согласно Постановлению Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 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.

**Таким образом, реклама под заголовком «TeleTrade- брокер № 1 в мире! 20 лет успешной работы на финансовых рынках: валютном рынке «Форекс» и американской фондовой бирже», не соответствует требованиям пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, поскольку содержит недостоверные сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.**

Согласно части 7 статьи 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.

По смыслу данной нормы в самой рекламе должна содержаться существенная информация, способная вызвать у ее потребителя правильное (неискаженное) представление об объекте рекламирования. При этом Закон о рекламе не требует указания всей существенной информации, но обязывает формировать у ее потребителя правильное (достоверное) представление о соответствующей услуге.

Вводящая в заблуждение реклама способна причинить вред потребителю рекламной информации. Так, введение потребителей в заблуждение посредством распространения рекламы, в которой отсутствует часть существенной информации об изготовителе или о продавце рекламируемого товара, способна привести к неправильному выбору потребителя.

В вышеуказанной рекламе отсутствует часть существенной информации о тех критериях по которым объект рекламирования выступает лидером среди аналогичных, а также не указано по мнению какой организации компания TeleTrade является брокером № 1 в мире, поскольку указанная информация существенно влияет на выбор потребителей.

**Таким образом, рекламная информация о компании TeleTRADE, распространенная на сайте 2 ГИС, под заголовком «TeleTrade- брокер № 1 в мире! 20 лет успешной работы на финансовых рынках: валютном рынке «Форекс» и американской фондовой бирже», нарушает требования части 7 статьи 5 Закона о рекламе.**

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение пункта 20 части 3 и части 7 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодаделец.

В соответствии с частью 4 статьи 38 Закона о рекламе нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе влечет ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе, рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Таким образом, рекламодаделец, неся ответственность за изготовление и определение объекта рекламирования и содержания рекламы с соблюдением определенных требований, должен обеспечить их соблюдение.

Материалы дела (счет №БЗ\_32-13-291674 от 06.07.2014, бланк заказа №БЗ\_32-13-291674 от 06.07.2014, контракт от 22.01.2015 г., заключенный между ООО \_\_\_\_\_ (исполнитель) и Компанией TeleTrade (Заказчик) свидетельствуют о том, что рекламодателем является ООО \_\_\_\_\_).

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодиссеетриателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных [частями 2 - 4 настоящей статьи](#), [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 соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность. Юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых КоАП РФ или законами субъектов Российской Федерации установлена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Субъектом административного правонарушения по делу № А15/383 выступает - ООО \_\_\_\_\_).

Таким образом, Общество, разместив рекламу, без надлежащих и достоверных сведений, совершило административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьей 14.3 КоАП РФ.

Место совершения административного правонарушения – город Тюмень.

Время совершения административного правонарушения, установленное материалами дела № Р15/67 – с 22.03.2015 г. по 06.04.2015 г.

Дело об административном правонарушении № А15/383, в соответствии с частью 3 статьи 4.1 КоАП РФ, рассмотрено с учетом характера совершенного ООО

\_\_\_\_\_ административного правонарушения, имущественного и финансового положения Общества, обстоятельств смягчающих и отягчающих административную ответственность.

Доказательств малозначительности совершенного правонарушения при рассмотрении дела не установлено.

Пунктом 18 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникающих в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» предусмотрено, что малозначительность имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям. Такие обстоятельства, как, например, личность и имущественное положение привлекаемого к ответственности лица, добровольное устранение последствий правонарушения, возмещение причиненного ущерба, не являются обстоятельствами, свидетельствующими о малозначительности правонарушения.

Безразличное отношение лица к своим публично-правовым обязанностям, которые установлены действующим законодательством, свидетельствует о существенной угрозе охраняемым общественным отношениям. Следовательно, признать допущенное ООО \_\_\_\_\_ правонарушение в качестве малозначительного недопустимо.

Однако в соответствии с ч. 3 ст. 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания юридическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Как следует из пояснений \_\_\_\_\_», в связи с низкой рентабельностью от ведения деятельности за период январь-октябрь 2015 г., Общество находится в тяжелом финансовом положении.

В соответствии с ч. 3.2 ст. 4.1 КоАП РФ, при наличии исключительных обстоятельств, связанных с характером совершенного административного правонарушения и его последствиями, имущественным и финансовым положением привлекаемого к административной ответственности юридического лица, судья, орган, должностное лицо, рассматривающие дела об административных правонарушениях либо жалобы, протесты на постановления и (или) решения по делам об административных правонарушениях, могут назначить наказание в виде административного штрафа в размере менее минимального размера административного штрафа, предусмотренного соответствующей статьей или частью статьи [раздела II](#) настоящего Кодекса, в случае, если минимальный размер административного штрафа для юридических лиц составляет не менее ста тысяч рублей.

Согласно ч. 3.3 ст. 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания в соответствии с [частью 3.2](#) настоящей статьи размер административного штрафа не может составлять менее половины минимального размера административного штрафа, предусмотренного для юридических лиц соответствующей статьей или частью статьи [раздела II](#) настоящего Кодекса.

Таким образом, учитывая финансовое положение ООО «Регион-Консалтинг», а также не длительное распространение вышеуказанной рекламы, Управление Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области считает возможным применить к ООО «Регион-Консалтинг» сумму административного штрафа в размере 50 000 (пятьдесят тысяч) рублей

На основании изложенного, принимая во внимание доказанность имеющимися материалами дела события и состава допущенного ООО \_\_\_\_\_ административного правонарушения, руководствуясь статьями 2.10, 4.1, 4.5, 14.33, 23.48, 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

### **ПО С Т А Н О В И Л А:**

1. Применить к \_\_\_\_\_), меру ответственности в виде административного штрафа в размере **50 000 (пятьдесят тысяч)** рублей за совершение правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3. КоАП РФ.

2. Сумму штрафа надлежит уплатить по следующим реквизитам:

Наименование получателя: Управление федерального казначейства  
Министерства финансов России по Тюменской области (Тюменское УФАС России)

ИНН 7202081799, КПП 720301001

счет 40101810300000010005

банк получателя: Отделение Тюмени г. Тюмень

БИК 047102001, ОКТМО 71701000

код бюджетной классификации – 161 116 26000 01 6000 140

**УИН: 0319883317111700000314223**

Назначение платежа: «Денежные (штрафы) взыскания за нарушение законодательства о рекламе».

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП 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 КоАП, а также частью 1 статьи 30.3 КоАП постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статьи 31.1 КоАП 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 управления

\_\_\_\_\_