

**Управление Федеральной антимонопольной службы**

**по Республике Коми  
ПОСТАНОВЛЕНИЕ**

**о назначении административного наказания по делу  
об административном правонарушении № 011/04/14.3-193/2020**

25 марта 2020 года

№ 03-06/2580

г. Сыктывкар

<...>

<...> (далее – Коми УФАС России), адрес места нахождения: 167000, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Интернациональная, д. 160, корпус А, <...>, рассмотрев протокол от 10.03.2020 и материалы дела № 011/04/14.3-193/2020 о совершении <...> ООО «КПД» <...>, <...> (далее – <...>) административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ),

**УСТАНОВИЛА:**

Настоящее дело возбуждено протоколом Коми УФАС России от 10.03.2020, составленным в отсутствие <...>, надлежащим образом извещённого о времени и месте составления протокола.

Определением Коми УФАС России № 03-06/2124 от 10.03.2020 рассмотрение дела № 011/04/14.3-193/2020 назначено на 25.03.2020.

Административное дело рассмотрено 25.03.2020 в отсутствие <...>, надлежащим образом извещённого о времени и месте рассмотрения дела. Письмом вх. № 1554-э от 25.03.2020 <...> просил рассмотреть дело в своё отсутствие.

В ходе рассмотрения дела об административном правонарушении должностным лицом Коми УФАС России установлено следующее.

В Коми УФАС России поступило обращение <...> (далее – <...>, заявитель) от 26.07.2019, направленное письмом ОМВД России по Усть-Куломскому району № 46/8593 от 26.08.2019 (вх. № 4382 от 30.08.2019), о нарушении законодательства о рекламе.

Заявитель указывает, что в августе 2018 года он приобрел в магазине «КПД» с. Усть-Кулом снегоход. На дату заключения между заявителем и ООО «КПД» договора купли-продажи (06.11.2018) <...> магазина <...> было выдано заявителю 220 талонов, которые давали покупателю право на участие в розыгрыше, проводимом магазином, в котором главным призом было 1000 литров топлива.

Как указывает <...>, после этого он неоднократно слышал о проведении акции (розыгрыша) в эфире «Радио Дача», кроме того в группе «Автозапчасти Коми, магазин КПД» в социальной сети «ВКонтакте» имеется запись, где срок проведения акции указан с 12.11.2018 по 03.06.2019, участниками акции становились покупатели магазина «КПД», совершившие покупку на сумму от 1500 рублей.

Из обращения следует, что 03.06.2019 в фойе клуба с. Усть-Кулом был проведён розыгрыш от магазина «КПД», в результате которого заявителем был выигран, в том числе суперприз – 1000 литров топлива; вместе с тем, приз заявителю вручён не был.

По результатам рассмотрения указанного обращения принято решение о возбуждении дела № 011/05/9-650/2019 в отношении ООО «КПД» и ООО «Дача РК» по признакам нарушения п.п. 1, 2 ст. 9, п. 15 ч. 3 ст. 5, ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе, о чем вынесено соответствующее определение № 03-01/8370 от 30.10.2019.

Определением Коми УФАС России № 03-01/9392 от 29.11.2019 к участию в рассмотрении дела в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечено ООО «МузМирНьюс» (ОГРН 1031100400176, ИНН 1101114662, КПП 110101001).

Из материалов дела № 011/05/9-650/2019 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

В период с 29.05.2019 по 03.06.2019 в эфире радиоканала «МузМирНьюс» с вещанием на частоте 100,4 МГц в была размещена реклама следующего содержания: «Уважаемые покупатели. Магазин «КПД» вновь разыгрывает одну тонну топлива и много других подарков. Совершайте покупку от 1500 рублей, получайте талончики и побеждайте! Акция проводится до 03 июня 2019 года. Всем удачи и приятных покупок! Розыгрыш состоится 3 июня в 13

часов возле Дома Культуры села Усть-Кулом».

В соответствии с положениями, установленными ст. 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;

- 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.

Вышеуказанная информация содержит все правовые признаки рекламы:

- распространена посредством размещения в эфире радиоканала «МузМирНьюс»;

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования: магазину «КПД», розыгрышу одной тонны топлива и других подарков, формирование и поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация является рекламой (далее – реклама-1).

Кроме того, в материалах рекламного дела имеются копии талонов № 002861, № 002863 на право участия в розыгрыше от магазина «КПД», предоставляемых покупателю при приобретении товара на сумму от 1500 рублей, с текстом следующего содержания «ВЫИГРАЙ 1000 ЛИТРОВ ТОПЛИВА\* ПРИ ПОКУПКЕ ТОВАРА от 1500 РУБЛЕЙ КПД авто запчасти <...> <...>с. Усть-Кулом, ул. Центральная, 1д \*подробности уточняйте у консультантов».

Вышеуказанная информация содержит все правовые признаки рекламы:

- распространена посредством талонов, предоставляемых покупателю при приобретении товара на сумму от 1500 рублей;

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования: розыгрышу 1000 литров топлива, магазину «КПД», формирование и поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация о розыгрыше, распространенная посредством талонов, предоставляемых покупателю при приобретении

товара на сумму от 1500 рублей, является рекламой (далее – реклама-2).

Из содержания рассматриваемых реклам следует, что они сообщают о проведении стимулирующего мероприятия – розыгрыша, условием которого является приобретение определенного товара. По итогам проведения розыгрыша потребитель получает возможность выиграть приз – одну тонну топлива, а также, как указано в рекламе-1, много других подарков.

В соответствии со ст. 9 Закона о рекламе в рекламе, сообщающей о проведении конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должны быть указаны:

- 1) сроки проведения такого мероприятия;
- 2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Согласно п. 27 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» судам надлежит учитывать, что названные нормы обязывают рекламодателя сообщать не саму информацию об организаторе стимулирующего мероприятия и так далее, а источник этой информации (например, адрес интернет-сайта, номер телефона, по которому можно получить информацию). Кроме того, нормы упомянутой статьи Закона о рекламе применяются к стимулирующим мероприятиям, условием участия в которых является приобретение определенного товара и которые проводятся на конкурсной основе с розыгрышем призов или получением выигрышей.

В рекламе-1 указано, что акция проводится до 03.06.2019, однако начало срока проведения акции не указано. Следовательно, в рекламе-1 отсутствует указание сроков проведения стимулирующего мероприятия, в части даты начала проведения акции.

Кроме того, в рекламе-1 не указан источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения, поскольку в тексте рекламы не содержатся адрес интернет-сайта (и/или) номер телефона, по которому можно получить такую информацию.

Относительно содержания рекламы-1 ООО «МузМирНьюс» в письменных пояснениях указало, что текст рекламного ролика, поступившего для записи и размещения в эфире звучал следующим образом: «Уважаемые покупатели. Магазин «КПД» вновь разыгрывает одну тонну топлива и много других подарков. Совершайте покупку от 1500 рублей, получайте талончики и

побеждайте! Акция проводится до 03 июня 2019 года. Всем удачи и приятных покупок! Розыгрыш состоится 3 июня в 13 часов возле Дома Культуры села Усть-Кулом. Количество призов ограничено. Подробности у продавцов».

Из материалов рекламного дела следует, что при подготовке и осуществлении записи рекламного ролика ООО «МузМирНьюс» внесло изменение в текст указанной рекламы, а именно: вместо предложений «Количество призов ограничено. Подробности у продавцов» внесены предложения «Акция действует с 12.11.2018 по 03.06.2019 года. Информацию об организаторе акции, правилах её проведения, количестве призов, месте и порядке их получения узнавайте у продавцов».

В материалы дела представлена аудиозапись вышедшей в эфир рекламы.

Комиссия, прослушав представленную аудиозапись, пришла к выводу, что часть рекламы-1, а именно, предложения «Акция действует с 12.11.2018 по 03.06.2019 года. Информацию об организаторе акции, правилах её проведения, количестве призов, месте и порядке их получения узнавайте у продавцов» записаны в ускоренном темпе, таким образом, что время произношения фраз сокращено. В результате указанная информация проговаривается слишком быстро и неразборчиво. В связи с чем, данная часть текста рекламы-1 фактически является не доступной для восприятия потребителем. Следовательно, указанную информацию надлежит признавать отсутствующей.

Аналогичной позиции придерживается сформировавшаяся судебная практика.

Так, в п. 28 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано, что рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг. Поэтому если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования (часть 7 статьи 5 Закона о рекламе). При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Учитывая изложенное, в рекламе-1 отсутствует указание сроков проведения стимулирующего мероприятия, в части даты начала проведения акции, и не указан источник информации об организаторе такого мероприятия, о

правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Реклама-2 не содержит указания сроков проведения стимулирующего мероприятия.

При таких обстоятельствах реклама-1 распространена в нарушение пунктов 1, 2 статьи 9 Закона о рекламе; реклама-2 распространена в нарушение пункта 1 статьи 9 Закона о рекламе.

Согласно 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.

В рекламе-1, распространённой в эфире радиоканала «МузМирНьюс», стимулирующей потребителей приобретать товары в магазине «КПД» с целью получения «одной тонны топлива и многих других подарков», отсутствует часть существенной информации о дате начала проведения данного мероприятия.

В рекламе-1 чётко озвучены только привлекательные для потенциального потребителя рекламы условия. Другие условия, сформированные рекламой и являющиеся существенной информацией для потребителей, способной обмануть их ожидания, присутствовали в рекламе, однако форма представления сведений такова, что они не воспринимаются потребителями.

В рекламе-2, распространённой посредством талонов, предоставляемых покупателю при приобретении товара на сумму от 1500 рублей, отсутствует часть существенной информации о сроках проведения данного мероприятия.

Кроме того, рассматриваемые рекламы не содержат информацию о сроках, месте и порядке получения призов.

Указанные сведения являются существенной для потребителя информацией, и их отсутствие искажает смысл информации и способно обмануть сформированные рекламой ожидания потребителей.

Данное подтверждается обращением <...>, продолжительное время ожидающего получения выигрыша в полном объёме. Как видно из материалов дела, по результатам проведённого 03.06.2019 розыгрыша <...> выиграл в числе прочего главный приз – 1000 литров топлива. Заявитель указывает, что <...> ООО «КПД» ему была устно сообщена информация о выдаче приза в течение двух недель. Однако по истечении указанного срока выигрыш не был выдан заявителю, и о точных сроках получения выигрыша ему не было сообщено.

Из письменных пояснений, представленных ООО «КПД» в материалы рекламного дела, и пояснений, данных представителем Общества в ходе рассмотрения рекламного дела, следует, что выигранный заявителем приз –

1000 литров топлива – выдан <...> 08.08.2019.

В материалы рекламного дела представлена копия акта приёма-передачи топливной карты. Согласно указанному акту 08.08.2019 ООО «КПД» передало, а <...> принял топливную карту № <...>, состояние – активное. Объем топлива, доступный держателю данной топливной карты, в акте не указан.

Также в материалы рекламного дела представлены копии следующих документов:

- заявки ООО «КПД» на оформление и выдачу топливных карт от ООО «Кировнефтепродукт» от 30.07.2019; заявка содержит следующие данные: номер карты (<...>), схема обслуживания (0%), месячный лимит (литр), ограничение (1000 литров), вид топлива (дизельное) и кодовое слово;

- акта приёма-передачи карт, подписанного 31.07.2019 ООО «КПД» и ООО «Кировнефтепродукт»; акт содержит указание номера карты (<...>) и её состояния (активное).

Однако из документов, представленных в материалы рекламного дела ООО «Кировнефтепродукт», и письменных пояснений <...> следует, что выигрыш в полном объеме заявителю по состоянию на 17.01.2020 не выдан; топливная карта № <...>, переданная ему в качестве приза, по состоянию на 10.12.2019 фактически пополнена на 766 литров топлива.

Таким образом, в рассматриваемых рекламах отсутствует часть существенной для потребителей информации, при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Таким образом, реклама-1 распространена с нарушением пунктов 1, 2 статьи 9, части 7 статьи 5 Закона о рекламе; реклама-2 распространена с нарушением пункта 1 статьи 9, части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с частями 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных пунктами 1, 2 статьи 9 Закона о рекламе, несут и рекламодаделец, и рекламодатель.

В силу части 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5 Закона о рекламе, несёт рекламодаделец.

Согласно части 8 статьи 38 Закона о рекламе рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6, 7 настоящей статьи, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодаделец – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Согласно п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Из материалов рекламного дела следует, что организатором розыгрыша является ООО «КПД».

Согласно письменным пояснениям, представленным ООО «Дача РК» в материалы рекламного дела, а также пояснениям, данным представителем Общества в ходе рассмотрения рекламного дела, рекламный ролик о проведении розыгрыша магазином «КПД» был выпущен в эфире радиоканала «МузМирНьюс» в рамках договорных отношений, сложившихся между ООО «Дача РК» и ООО «МузМирНьюс»; рекламодателем рекламы-1 является ООО «КПД», рекламопроизводителем и рекламодателем рекламы-1 является ООО «МузМирНьюс».

В материалы рекламного дела представлена копия договора № 33, заключённого 09.04.2018 между ООО «КПД» (рекламодатель) и ООО «Дача РК» (агентство), согласно которому ООО «КПД» поручает, а ООО «Дача РК» обязуется произвести рекламные аудиоматериалы в сфере коммерческой деятельности рекламодателя и разместить в эфире радиоканала «МузМирНьюс» (радиопрограмма «Радио дача») с. Усть-Кулом. Согласно п. 3.2.2 указанного договора ООО «Дача РК» обязуется изготовить рекламные аудиоматериалы своими силами.

Также в материалы рекламного дела представлена копия договора на оказание услуг по изготовлению и (или) размещению рекламы в эфире средства массовой информации, заключённого 09.01.2019 между ООО «Дача РК» (заказчик) и ООО «МузМирНьюс» (исполнитель). Согласно условиям данного договора исполнитель принимает на себя обязательства оказать услуги по размещению в эфире радиостанции «MuzMirNews», территория вещания: Республика Коми, Усть-Куломский район, с. Усть-Кулом, рекламно-информационных материалов, предоставленных заказчиком либо по согласованию сторон изготовленных исполнителем.

Представитель ООО «КПД» <...> в ходе рассмотрения рекламного дела сообщил, что примерное содержание рекламы, распространённой в эфире радиоканала, было написано <...> ООО «КПД» и передано <...> ООО «Дача РК»; ООО «КПД» при заказе рекламы передало примерный текст рекламы, ООО «Дача РК» могло произвольно вносить изменения в текст рекламы, так как при заказе рекламы ООО «КПД» просило подкорректировать «как лучше»; предположительно, текст рекламы был откорректирован.

Представитель ООО «Дача РК» <...> в ходе рассмотрения рекламного дела

пояснила, что, как правило, заказчик определяет примерное содержание рекламы, далее текст корректируется; обычно текст рекламы согласовывается с заказчиком и передаётся в ООО «МузМирНьюс»; ООО «МузМирНьюс» также может внести корректировки в текст рекламы; в данном случае в эфир вышла реклама, текст которой был дополнен ООО «МузМирНьюс» словами: «Информацию об организаторе акции, правилах её проведения, количестве призов, месте и порядке их получения узнавайте у продавцов»; окончательную обработку рекламного текста произвело ООО «МузМирНьюс».

Из материалов рекламного дела усматривается, что рекламодателем рекламы-1 является ООО «КПД», рекламопроизводителем и рекламораспространителем рекламы-1 является ООО «МузМирНьюс».

ООО «КПД» пояснило, что талоны на участие в конкурсе были изготовлены <...> ООО «КПД»; содержание информации на талонах определил <...> Общества; распространялись талоны продавцами магазина «КПД»; талоны выдавались гражданам, приобретавшим товары на сумму более 1500 руб. в магазине ООО «КПД» по адресу: Республика Коми, с. Усть-Кулом, ул. Центральная, д. 1.

Из материалов рекламного дела усматривается, что рекламодателем и рекламораспространителем рекламы-2 является ООО «КПД».

ООО «КПД» представило в материалы рекламного дела аудиозапись рекламы следующего содержания: «Уважаемые покупатели. Магазин «КПД» вновь разыгрывает 1 тонну топлива и много других подарков! Совершайте покупку от 1500 рублей, получайте талончики и побеждайте! Акция проводится с 12 ноября 2018 года по 03 июня 2019 года. Удачи и приятных покупок! КПД Усть-Кулом ул. Центральная, 1д, телефон <...> » (далее – реклама-3).

Комиссия, оценив содержание рекламы-3, пришла к выводу об отсутствии в ней признаков нарушения ст. 9 Закона о рекламе.

ООО «МузМирНьюс» и ООО «Дача РК» представлены в материалы рекламного дела письменные пояснения, согласно которым реклама-1 транслировалась в эфире радиоканала «МузМирНьюс» в период с 29.05.2019 по 03.06.2019; реклама-3 транслировалась в эфире радиоканала «МузМирНьюс» с 12.11.2018 по 11.12.2018.

Из пояснений ООО «КПД» следует, что ООО «КПД» согласовало с ООО «Дача РК» содержание рекламы-3. ООО «КПД» указывает, что примерное содержание рекламы-3 было написано <...> ООО «КПД» <...> и направлено <...> ООО «Дача РК» <...> в социальной сети «ВКонтакте» с рекомендацией подкорректировать «как лучше»; после изготовления ролик был прослушан <...> ООО «КПД» <...>.

Из пояснений представителя ООО «Дача РК», данных в ходе рассмотрения рекламного дела, следует, что при производстве рекламы-1 ООО

«МузМирНьюс» добавило в текст рекламы слова: «Информацию об организаторе акции, правилах её проведения, количестве призов, месте и порядке их получения узнавайте у продавцов», далее передало ролик сотруднику ООО «Дача РК», и сотрудник ООО «Дача РК» согласовал дополненный ролик с заказчиком – ООО «КПД»; возражений по содержанию ролика от заказчика не поступило.

Из материалов рекламного дела следует, что согласование ООО «КПД» рекламного ролика осуществлялось посредством электронной переписки с <...> ООО «Дача РК» <...> в социальной сети «ВКонтакте». Однако из содержания переписки не представляется возможным установить содержание рекламного ролика, который был направлен 29.05.2019 на согласование.

ООО «КПД» указывает, что установить, какой именно ролик был направлен ООО «Дача РК» 29.05.2019 в адрес ООО «КПД», не представляется возможным; с учётом возможности ООО «МузМирНьюс» произвольно менять содержание рекламного ролика, достоверно утверждать, что это был именно представленный ООО «Дача РК» ролик рекламы-1, у ООО «КПД» нет возможности; ООО «КПД» не знает, какого содержания рекламный ролик транслировался в эфире.

ООО «Дача РК» указывает, что реклама-1 была согласована сотрудником ООО «Дача РК» с <...> ООО «КПД» посредством телефонных переговоров и переписки в социальной сети.

Из письменных пояснений <...>, представленных в материалы рекламного дела, следует, что <...> является сотрудником ООО «Дача РК» и непосредственно общается с клиентами Общества. <...> поясняет, что переговоры по содержанию и наполнению рекламных роликов проводились ею всегда с <...> ООО «КПД» <...>; вся переписка и переговоры, согласование рекламных роликов производились посредством электронной переписки и телефонных переговоров.

Из пояснений <...> следует, что ролик рекламы-3 транслировался в эфире радиоканала «МузМирНьюс» в период с 12.11.2018 по 11.12.2018; после чего, 28.05.2019 <...> обратился к <...> с просьбой разместить ещё один рекламный ролик о розыгрыше, в котором обратить внимание на то, что покупки, участвующие в розыгрыше, должны быть от 1500 руб., необходимо присутствие покупателей с талончиками на самом розыгрыше, а также необходимо прописать место, время и дату розыгрыша.

<...> объясняет, что содержание рекламного ролика: «Уважаемые покупатели. Магазин «КПД» вновь разыгрывает одну тонну топлива и много других подарков. Совершайте покупку от 1500 рублей, получайте талончики и побеждайте! Акция проводится до 03 июня 2019 года. Всем удачи и приятных покупок! Розыгрыш состоится 3 июня в 13 часов возле Дома Культуры села Усть-Кулом. Количество призов ограничено. Подробности у продавцов» было

утверждено клиентом, о чём ей было сообщено по телефону. После чего <...> передала рекламный ролик в ООО «МузМирНьюс» для записи и размещения в эфире. ООО «МузМирНьюс» записало рекламный ролик: «Уважаемые покупатели. Магазин «КПД» вновь разыгрывает одну тонну топлива и много других подарков. Совершайте покупку от 1500 рублей, получайте талончики и побеждайте! Акция проводится до 03 июня 2019 года. Всем удачи и приятных покупок! Розыгрыш состоится 3 июня в 13 часов возле Дома Культуры села Усть-Кулом. Акция действует с 12.11.2018 по 03.06.2019 года. Информацию об организаторе акции, правилах её проведения, количестве призов, месте и порядке их получения узнавайте у продавцов». Аудиозапись указанного ролика была направлена <...> <...> посредством «WhatsApp», и после получения устного одобрения ролик вышел в эфир радиоканала.

ООО «Дача РК» выставило в адрес ООО «КПД» счёт на оплату № 111 от 29.05.2019, в котором указано: «Услуги размещения рекламных материалов с 29.05.2019 по 03.06.2019». Платёжным поручением № 317 от 13.06.2019 ООО «КПД» оплатило услуги по размещению рекламных материалов по счёту № 111 от 29.05.2019.

Из материалов рекламного дела, в том числе из пояснений лиц, участвующих деле, следует, что указанным платёжным поручением ООО «КПД» оплатило услуги ООО «Дача РК» по размещению рекламы-1.

Реклама-1 распространялась в период с 29.05.2019 по 03.06.2019.

03.06.2019 между ООО «Дача РК» и ООО «КПД» в лице <...> подписан акт выполненных работ, согласно которому услуги агентства – ООО «Дача РК» по размещению рекламного материала выполнены полностью и в срок, заказчик – ООО «КПД» претензий по объёму, качеству и срокам оказания услуг не имеет.

Из материалов рекламного дела следует, что ООО «КПД» не предъявляло к ООО «Дача РК» претензии в связи с размещением рассматриваемой рекламы.

Представитель ООО «КПД» в ходе рассмотрения рекламного дела 30.01.2020 указал, что ООО «КПД» не осуществляло контроль за распространением рекламы-1, в том числе не сравнивало содержание вышедшей в радиоэфир рекламы с содержанием согласованной Обществом рекламы.

Из письменных пояснений ООО «КПД», представленных в материалы рекламного дела, и пояснений, данных представителем Общества в ходе рассмотрения рекламного дела, не следует, что ООО «Дача РК» и (или) ООО «МузМирНьюс» исключили из текста заказанной ООО «КПД» рекламы какую-либо существенную информацию, которую заказчик пожелал разместить в рекламе.

ООО «КПД» ссылается также на то, что <...> ООО «КПД» не является юристом,

не обладает специальными познаниями в вопросах содержания рекламы и, заказывая данные услуги в ООО «Дача РК», полагался на профессионализм работников ООО «КПД».

Вместе с тем, в соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе рекламодатель несёт ответственность за нарушение требований, установленных ст. 9, ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.

Коми УФАС России считает, что указанные выше обстоятельства не свидетельствуют о наличии действительных объективных причин, препятствовавших ООО «КПД», в том числе <...> Общества <...>, осуществлению контроля за размещением в эфире радиоканала заказанной Обществом рекламы.

ООО «КПД», состоя в договорных отношениях с ООО «Дача РК», заказав рекламу, обязано было принять достаточные и необходимые меры по контролю за содержанием рекламного материала, который планировался к размещению в эфире радиоканала и в дальнейшем был распространён.

Из материалов рекламного дела усматривается, что ООО «КПД» не предпринимало действий, направленных на проверку соответствия вышедшего рекламного материала требованиям заказчика и нормам рекламного законодательства.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение в рекламе-1 требований, установленных пунктами 1, 2 статьи 9 Закона о рекламе, нарушение в рекламе-2 требований, установленных пунктом 1 статьи 9 Закона о рекламе, и нарушение в рекламе-1 и рекламе-2 требований, установленных частью 7 статьи 5 Закона о рекламе, произошло, в том числе по вине должностного лица ООО «КПД» – <...>.

Из материалов рекламного дела усматривается, что <...> ООО «КПД» <...> при распространении рекламы-1 и рекламы-2 не предпринято должных мер, направленных на соблюдение требований законодательства Российской Федерации о рекламе, что и привело к нарушению.

Таким образом, <...> ООО «КПД» <...> нарушены требования пунктов 1, 2 статьи 9 и части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Решением Комиссии № 03-01/1036 от 10.02.2020 реклама-1 признана ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований пунктов 1, 2 статьи 9, части 7 статьи 5 Закона о рекламе; реклама-2 признана ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований пункта 1 статьи 9, части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

**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, - влечёт наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей.**

Рассматриваемые действия не подпадают под признаки административных правонарушений, предусмотренных частями 2 - 6 статьи 14.3, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 КоАП РФ.

С учётом изложенного, <...> допустил административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Из материалов рекламного дела следует, что рассматриваемые рекламы распространялись на территории с. Усть-Кулом Усть-Куломского района Республики Коми; реклама-1 распространялась в период с 29.05.2019 по 03.06.2019, реклама-2 распространялась в период с 12.11.2018 по 03.06.2019.

Вместе с тем, в силу ч. 1 ст. 4.5 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении не может быть вынесено за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе по истечении одного года со дня совершения административного правонарушения.

Таким образом, срок давности привлечения <...> к административной ответственности в связи с распространением рекламы-2 на дату вынесения настоящего постановления за период с 12.11.2018 по 25.03.2019 истёк.

С учётом изложенного, время совершения административного правонарушения на дату вынесения настоящего постановления: с 29.05.2019 по 03.06.2019 и с 26.03.2019 по 03.06.2019.

Место совершения административного правонарушения: с. Усть-Кулом Усть-Куломского района Республики Коми.

Согласно ст. 2.4 КоАП РФ административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Согласно решению учредителей об учреждении ООО «КПД» от <...> на должность <...> Общества назначен <...>. Согласно протоколу № 2 внеочередного общего собрания ООО «КПД» от <...> изменено наименование <...> Общества – <...> Общества является <...>.

Из материалов рекламного и административного дел усматривается, что должностным лицом, ответственным за контроль соблюдения ООО «КПД» законодательства о рекламе, является <...> Общества – <...>.

Из материалов административного и рекламного дел следует, что <...> не предпринял достаточных мер для недопущения нарушения рекламного законодательства, по сути, уклонился от обязанности по контролю за соответствием рассматриваемых реклам требованиям рекламного

законодательства, что является, в том числе зоной ответственности рекламодателя.

В связи с чем, обстоятельств, как исключающих возможность соблюдения <...> требований рекламного законодательства, так и свидетельствующих о принятии всех зависящих от него мер по соблюдению требований рекламного законодательства, не усматривается.

Исследовав материалы административного и рекламного дел, должностное лицо приходит к выводу о том, что вина <...> в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, является установленной.

В соответствии с ч. 2 ст. 4.1 КоАП РФ 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.

В письменных пояснениях, представленных в материалы административного дела, <...> указал, что после получения протокола об административном правонарушении от 10.03.2020 он свою вину в совершении административного правонарушения признал в полном объеме.

Должностное лицо считает возможным учесть в качестве обстоятельств, смягчающих административную ответственность <...>: добровольное прекращение противоправного поведения лицом, совершившим административное правонарушение; оказание лицом, совершившим административное правонарушение, содействия Коми УФАС России в установлении обстоятельств, подлежащих установлению по делу об административном правонарушении; совершение правонарушения впервые; признание вины в совершении административного правонарушения.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, предусмотренных ст. 4.3 КоАП РФ, в ходе рассмотрения дела не установлено.

Обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении, предусмотренных ст. 24.5 КоАП РФ, в ходе рассмотрения дела не установлено.

Все процессуальные права лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, предусмотренные КоАП РФ, соблюдены.

В соответствии со ст. 2.9 КоАП РФ при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от

административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

Из положений пункта 18.1 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» следует, что квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях, при квалификации правонарушения в качестве малозначительного необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения. Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям.

Малозначительным административным правонарушением является действие или бездействие, хотя формально и содержащее признаки состава административного правонарушения, но с учетом характера совершенного правонарушения и роли правонарушителя, размера вреда и тяжести наступивших последствий не представляющее существенного нарушения охраняемых общественных правоотношений.

Состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, является формальным и не требует материально-правовых последствий содеянного.

Сравнительный анализ санкций, содержащихся в КоАП РФ, свидетельствует о том, что нарушение законодательства о рекламе обладает высокой степенью общественной опасности.

В соответствии со ст. 1.2 КоАП РФ задачами законодательства об административных правонарушениях являются, в том числе, защита общества и государства от административных правонарушений, предупреждение административных правонарушений.

Целями Закона о рекламе являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Требования законодательства о рекламе, а также установление в ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ административной ответственности за их нарушение направлены на охрану прав потребителей от ненадлежащей рекламы, поскольку потребители признаются слабой стороной данных отношений.

Каких-либо обстоятельств, характеризующих случай нарушения <...> как исключительный, не установлено, а им таковых не приведено.

Оценив фактические обстоятельства дела, характер и степень общественной опасности совершенного правонарушения, должностное лицо пришло к выводу о том, что в данном случае существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается в отсутствии должной предусмотрительности и пренебрежительном отношении <...> к исполнению своих публично-правовых обязанностей и несоблюдении требований пунктов 1, 2 статьи 9 и части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

В связи с изложенным, рассматриваемое административное правонарушение не может быть признано малозначительным.

В письменных пояснениях, представленных в материалы административного дела, <...> просит при рассмотрении дела учесть следующее: ранее <...> к административной ответственности не привлекался, фактические обстоятельства дела признал, вину в совершении административного правонарушения признал, совершённым правонарушением какой-либо существенный вред интересам общества или государства не причинён, угроза причинения вреда отсутствовала, существенного нарушения охраняемых общественных отношений нет, правонарушение совершено им впервые и по неосторожности от незнания требований законодательства о рекламе. Также <...> просит учесть, что со стороны ООО «КПД» обязательства перед <...> о выигрыше 1 тонны топлива выполнены. В связи с чем, <...> просит, ссылаясь на ст. 4.1.1 КоАП РФ, заменить административный штраф на предупреждение.

Согласно 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, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 настоящей статьи. Административное наказание в виде административного штрафа не подлежит замене на предупреждение в случае совершения административного правонарушения, предусмотренного статьями 14.31 - 14.33, 19.3, 19.5, 19.5.1, 19.6, 19.8 - 19.8.2, 19.23, частями 2 и 3 статьи 19.27, статьями 19.28, 19.29, 19.30, 19.33 настоящего Кодекса. В случае замены административного наказания в виде административного штрафа на предупреждение дополнительное административное наказание, предусмотренное соответствующей статьей раздела II настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, не применяется.

Согласно Единому реестру субъектов малого и среднего предпринимательства, размещенному на сайте ФНС России, ООО «КПД» 10.12.2016 включено в реестр как микропредприятие.

В соответствии с п. 19.1 постановления Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 № 10 в силу пункта 2 части 1 статьи 4.3 КоАП РФ одним из обстоятельств, отягчающих административную ответственность, является повторное совершение однородного административного правонарушения, если за совершение первого административного правонарушения лицо уже подвергалось административному наказанию, по которому не истек срок, предусмотренный статьей 4.6 КоАП РФ.

При применении указанной нормы судам следует учитывать, что однородными считаются правонарушения, ответственность за совершение которых предусмотрена одной статьей Особенной части КоАП РФ.

Согласно п. 2 ч. 1 ст. 4.3 КоАП РФ обстоятельствами, отягчающими административную ответственность, в том числе признается повторное совершение однородного административного правонарушения, то есть совершение административного правонарушения в период, когда лицо считается подвергнутым административному наказанию в соответствии со статьей 4.6 настоящего Кодекса за совершение однородного административного правонарушения.

В соответствии со ст. 4.6 КоАП РФ лицо, которому назначено административное наказание за совершение административного правонарушения, считается подвергнутым данному наказанию со дня вступления в законную силу постановления о назначении административного наказания до истечения одного года со дня окончания исполнения данного постановления.

В Коми УФАС России документы, свидетельствующие о причинении вреда или возникновении 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 о наличии имущественного ущерба в результате совершенного административного правонарушения, отсутствуют.

<...> ранее не привлекался к административной ответственности по ст. 14.3 КоАП РФ. Обратное в Коми УФАС России отсутствует. Соответственно, <...> можно считать впервые совершившим административное правонарушение. Таким образом, усматриваются обстоятельства для замены административного штрафа на предупреждение.

В связи с чем, должностное лицо считает возможным удовлетворить ходатайство <...> о замене административного штрафа на предупреждение.

На основании вышеизложенного, принимая во внимание цели административного наказания, установленные ч. 1 ст. 3.1 КоАП РФ, учитывая характер совершенного <...> административного правонарушения, личность <...>, наличие обстоятельств, смягчающих административную ответственность, отсутствие обстоятельств, отягчающих административную ответственность, с учётом имущественного положения <...>, в соответствии со статьями 4.1, 4.1.1, 4.2, частью 1 статьи 14.3, статьями 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

### **ПОСТАНОВИЛА:**

1. Признать <...> ООО «КПД» <...> виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.
2. Назначить <...> ООО «КПД» <...> административное наказание в виде предупреждения.

В соответствии со статьей 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано вышестоящему должностному лицу либо в суд в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статьи 31.1 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу:

- 1) после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано;
- 2) после истечения срока, установленного для обжалования решения по жалобе, протесту, если указанное решение не было обжаловано или опротестовано, за исключением случаев, если решением отменяется вынесенное постановление;
- 3) немедленно после вынесения не подлежащего обжалованию решения по жалобе, протесту, за исключением случаев, если решением отменяется вынесенное постановление.

<...>