

## об административном правонарушении

«08» февраля 2021 г.

г. Йошкар – Ола

Протокол составлен специалистом-экспертом отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...> в соответствии со статьей 28.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении индивидуального предпринимателя У. (<...>) по факту нарушения требований пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе», выразившегося в распространении рекламы в ежемесячном рекламном-информационном издании «Женский клуб» № 2(89) от сентября 2020 года рекламы: «Автобаня12. Самые низкие цены по городу».

Ответственность за данное правонарушение предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП).

**Место, время совершения и событие административного правонарушения:**

*Место совершения административного правонарушения: Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола.*

*Время совершения административного правонарушения: 17.11.2020 – дата мониторинга вышеуказанной рекламы.*

Событие административного правонарушения выразилось в следующем.

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) проведен мониторинг рекламы, распространяемой в ежемесячном рекламном-информационном издании «Женский клуб», в ходе проведения которого установлен факт размещения в № 2(89) от сентября 2020 года рекламы следующего содержания:

В письменных пояснениях от 20.11.2020 вх. № 10760 ИП М. сообщила, что является рекламопроизводителем и рекламодателем рассматриваемой рекламной информации, рекламодателем является ИП У.

Кроме того, данный индивидуальный предприниматель пояснил, что текст рекламы предложен заказчиком при личном общении с менеджером журнала. Согласование рекламного макета проходило с помощью представленной в материалы дела аудиозаписи в системе мгновенного обмена текстовыми сообщениями WhatsApp.

В письменных пояснениях от 10.12.2020 вх. № 11451 ИП У. пояснила, что содержание рекламы, размещенной в ежемесячном рекламном-информационном издании «Женский клуб» № 2(89) от сентября 2020, между исполнителем и заказчиком не было согласовано, указанная реклама не была утверждена заказчиком, заказчик не несет ответственность за ее содержание.

В соответствии со статьей 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.

Так, согласно статье 3 Закона о рекламе под рекламой понимается 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. Объектом рекламирования является товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара. Независимо от формы или используемого средства распространения реклама должна быть распознаваема без специальных знаний или без применения технических средств непосредственно в момент ее представления именно как реклама. Тем самым признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту продвижения его на рынке, формировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

В пункте 2 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» установлено, что при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы необходимо учитывать, что размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена (письмо ФАС России от 05 апреля 2007 года исх. № АЦ/4624).

Спорная информация по своему содержанию и целевой направленности является рекламой, так как распространена в ежемесячном рекламном-информационном издании «Женский клуб», адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования – услуги, предоставляемые ИП У.

По смыслу статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной.

При этом 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 (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

В рассматриваемой рекламе используется словосочетание «Самые низкие цены по городу».

Пунктом 29 Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» установлено, 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.

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, в рекламе не допускается использование информации не соответствующей действительности и аналогичных сведений о преимуществах рекламируемого товара.

Используя словосочетание «Самые низкие цены по городу» индивидуальный предприниматель противопоставляет себя другим хозяйствующим субъектам.

В данном случае при оценке текста размещенной рекламы действующему законодательству Марийское УФАС России пришло к выводу о том, что в спорной рекламе приводятся не обладающие достоверностью сведения о превосходстве (преимуществе) объекта рекламирования «Самые низкие цены по городу» над такими же услугами (товарами) иных хозяйствующих субъектов, что может вызвать неверные представления у потребителей относительно объекта рекламирования и негативно повлиять на выбор товаров того или иного производителя или продавца товара.

Также, общее восприятие рекламы вводит потребителей рекламы в заблуждение, поскольку преимущества рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами не находят подтверждения превосходства товара в тексте рекламы.

Действующее законодательство в регулируемой сфере правоотношений исходит из того, что достоверность распространяемой рекламы с использованием утверждений в превосходной степени «самый» должна соответствовать реальной действительности в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

Кроме того, применительно к использованию в рекламе терминов в превосходной степени, например, утверждений о «самом» и т.п., действует презумпция несоответствия действительности таких терминов в превосходной степени и утверждений, если рекламодатель не подтвердит их истинность, предоставив документальные доказательства. При этом использование в рекламе сравнительной характеристики посредством утверждений в превосходной степени без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, означает возможность проведения такого сравнения по любому критерию.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе присутствует информация сравнительной характеристики посредством утверждений в превосходной степени «самые» без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение.

На основании изложенного, Марийское УФАС России пришло к выводу, что рассматриваемая реклама нарушает пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

В силу части 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Согласно части 8 статьи 38 Закона о рекламе рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в [частях 6 и 7](#) данной статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Однако в материалы дела представлены доказательства, отражающие согласование ИП У. рассматриваемой рекламы.

Более того, данным индивидуальным предпринимателем какие-либо претензии по существу содержания рекламы в адрес ежемесячного рекламно-информационном издания «Женский клуб» не направлялись.

Таким образом, ответственность за нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе в рассматриваемом случае несет ИП У.

Пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе предусмотрены понятия рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя.

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.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных [частями 2 - 5](#) данной статьи влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей.

В силу части 1 статьи 1.5 КоАП РФ лицо подлежит административной ответственности только за те административные правонарушения, в отношении которых установлена его вина.

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Одним из обстоятельств, подлежащих выяснению по делу об административном правонарушении, является виновность лица в совершении административного правонарушения (статья 26.1 КоАП РФ).

В силу статьи 2.2 КоАП РФ административное правонарушение признается совершенным по неосторожности, если лицо, его совершившее, предвидело возможность наступления вредных последствий своего действия (бездействия), но без достаточных к тому оснований самонадеянно рассчитывало на предотвращение таких последствий либо не предвидело возможности наступления таких последствий, хотя должно было и могло их предвидеть.

Антимонопольным органом установлено, что ИП У. при должной внимательности и осмотрительности при размещении рекламы могла предвидеть последствия - возможность нарушения законодательства о рекламе, имела возможность выполнить возложенную на него обязанность, и предотвратить совершение административного правонарушения, но не предприняла всех зависящих от него мер по соблюдению действующего законодательства о рекламе.

В соответствии с пунктом 1 статьи 25.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами, в том числе правом обжаловать постановление по делу в течение 10 дней согласно статьям 30.1, 30.3 КоАП РФ.

Согласно части 1 статьи 51 Конституции РФ никто не обязан свидетельствовать против себя самого, своего супруга и близких родственников, круг которых определяется федеральным законом.

ИП У. надлежащим образом извещена о дате, времени и месте составления протокола. По адресу места жительства ИП У. направлено уведомление о составлении протокола от 18.01.2021 исх. № 03-13/13, во исполнение которого данным индивидуальным предпринимателем представлены запрашиваемые документы (вх. № 679 от 03.02.2021).

Протокол составлен по правилам статьи 28.2 КоАП РФ в отсутствие ИП У.

**Дата, место и время рассмотрения дела об административном правонарушении: 20 февраля 2021 года в 11 час. 30 мин.** по адресу: ул. Волкова, д. 164, г. Йошкар-Ола, Республика Марий Эл, 424000.

Обращаем внимание, что пропуск в здание Марийского УФАС России ограничен: при входе необходимо иметь при себе справку, подтверждающую право передвигаться в период самоизоляции, средства индивидуальной защиты (медицинская маска, одноразовые перчатки).

В связи с чем, возможность участия в составлении протокола об административном правонарушении будет организована посредством удаленного доступа через программу «VideoMostlite» по ссылке: <https://fas1.tconf.rt.ru/c/6203318312>.

Подключение к конференции возможно в том числе со смартфона или планшета под управлением операционной системы Android или iOS. Инструкция для участников видеоконференцсвязи прилагается к настоящему уведомлению.

- в указанный срок, либо неявка представителя будет расценена как отказ от подписания протокола об административном правонарушении.

Приложение: инструкция для участников видеоконференцсвязи – 9 л.

С протоколом ознакомлен(а),

права и обязанности разъяснены.

Даю согласие на

обработку персональных данных.

\_\_\_\_\_

(ФИО, подпись лица, привлекаемого  
к административной ответственности)

<...>

(Ф.И.О. составившего протокол)

\_\_\_\_\_ 2021 г.

\_\_\_\_\_

(подпись)

**Объяснения лица, в отношении которого возбуждено дело об административном правонарушении:**

\_\_\_\_\_

(ФИО лица, получившего протокол)

« \_\_\_\_\_ » 2021 г.

\_\_\_\_\_ (ПОДПИСЬ)