

ПОСТАНОВЛЕНИЕ
о назначении административного наказания по делу
об административном правонарушении № 4-14.3-1101/77-15

«16» ноября 2015 года

г. Москва

Я, <...>, рассмотрев Протокол от 02.11.15 и материалы дела об административном правонарушении № 4-14.3-1101/77-15, возбужденного в отношении ЗАО «Аргументы и факты», в связи с нарушением ст. 9 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), при размещении в газете «Аргументы и факты. Здоровье» №52 (1030) от 25.12.2014 рекламы стимулирующего мероприятия, проводимого ООО «АПТЕКА-А.В.Е», ответственность за которые предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ), в отсутствие представителя ЗАО «Аргументы и факты», надлежащим образом уведомленного о дате, месте и времени рассмотрения настоящего дела.

УСТАНОВИЛ:

ЗАО «Аргументы и факты» (адрес: 101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 42) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц за основным государственным регистрационным номером 1027700459379, ИНН 7701103751, КПП 770101001.

ЗАО «Аргументы и факты» распространило в газете «Аргументы и факты. Здоровье» № 52 (1030) от 25.12.2014 на странице 24 рекламу стимулирующего мероприятия «Аптека Горздрав».

Решением Комиссии Московского УФАС России от 01.09.2015 по делу № 3-9-103/77-15 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в действиях ЗАО «Аргументы и факты» при распространении рекламы стимулирующего мероприятия «25 плюсов Горздрав», проводимого ООО «АПТЕКА-А.В.Е», размещенной в газете «Аргументы и факты. Здоровье» №52 (1030) от 25.12.2014 на странице 24, установлен факт нарушения требований ст. 9 Закона о рекламе.

Страница 24 газеты «Аргументы и факты. Здоровье» № 52 (1030) от 25.12.2014 содержит сведения, индивидуализирующие ООО «АПТЕКА-А.В.Е»: коммерческое обозначение (аптека «ГОРЗДРАВ»), адрес сайта в сети, номер телефона, а также информацию о проводимом мероприятии «25 плюсов Горздрав»: *«Призы! Сделайте шаг к своей квартире! ГОРЗДРАВ гарантирует: при покупке вы экономите деньги+получаете шанс на новую КВАРТИРУ+шанс на другие*

ценные призы!».

В соответствии с п. 1 ст. 3 Закона о рекламе, реклама — это 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.

Информация размещалась в периодическом печатном издании «Аргументы и факты. Здоровье», а следовательно, сведения были распространены широкому, заранее неопределенному кругу лиц.

При этом, под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации как предназначенность для неопределенного круга лиц означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

В соответствии с п. 2 ст. 3 Закона о рекламе, объектом рекламирования является 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.

В настоящем случае объектом рекламирования выступает стимулирующее мероприятие «25 плюсов Горздрав», проводимое ООО «АПТЕКА-А.В.Е»

Под стимулирующим мероприятием, в соответствии со ст. 9 Закона о рекламе, понимается конкурс, игра или иное подобное мероприятие, условием участия в которых является приобретение определенного товара.

Согласно п. 4.1.2 Правил проведения акции «25 плюсов Горздрав» (далее — Правила), участниками акции являются лица выполнившие требования, установленные Правилами.

Согласно п. 6.1.1 Правил, участник должен осуществить покупку товара, участвующего в акции.

Согласно п. 7.1.2 Правил, по итогам акции определяется один призер, получатель главного приза акции — сертификата на квартиру стоимостью не ниже 4 500 000 руб., расположенную в пределах г. Москвы.

Таким образом, обязательным условием участия в акции «25 плюсов Горздрав» является приобретение товара в аптеках «Горздрав», а следовательно указанная акция является стимулирующим мероприятием в понимании ст. 9 Закона о рекламе.

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация содержит объект рекламирования (стимулирующее мероприятие «25 плюсов Горздрав», проводимое ООО «АПТЕКА-А.В.Е»), распространялась неопределенному кругу лиц и, исходя из содержания, направлена на привлечение внимания

потребителей к объектам рекламирования, а следовательно, является рекламой в понимании п. 1 ст. 3 Закона о рекламе.

Данный вывод в полной мере подтверждается пометкой «реклама», размещенной на рассматриваемых материалах, сторонами по делу на заседании Комиссии не оспаривался.

Под стимулирующим мероприятием, в соответствии со ст. 9 Закона о рекламе, понимается конкурс, игра или иное подобное мероприятие, условием участия в которых является приобретение определенного товара.

Согласно п. 2 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: источник информации об организаторе мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Согласно п. 27 Постановления Пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», ст. 9 Закона о рекламе обязывают рекламоделателя 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).

При этом исходя из диспозиции ст. 9 Закона о рекламе, реклама стимулирующего мероприятия должна сообщать об источнике каждого из данных условий и правил путем прямого указания на информацию, сообщаемую данным источником. То есть потребитель рекламы должен быть уведомлен о конкретной информации, которую он может получить обратившись к источнику.

Таким образом, при рекламе стимулирующего мероприятия и наличии соответствующей информации на определенном сайте в сети «Интернет» должно быть указано следующее: *«информация об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения — на сайте <http://...>».*

Само по себе указание адреса сайта в сети «Интернет», а также использование в рекламе формулировки *«Подробности на сайте ГОРЗДРАВ.рф»* не может быть признано допустимым указанием на источник информации об организаторе стимулирующего мероприятия, правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, так как данная формулировка не указана в качестве ссылки (источника) для получения информации о правилах проведения, а также сроках, месте и порядке получения выигрышей и подарков стимулирующего мероприятия «25 плюсов Горздрав».

При установлении наличия признаков нарушения ст. 9 Закона о рекламе,

должностное лицо Московского УФАС России исходит из того, что потребитель, воспринимая информацию, распространенную в рассматриваемой рекламе, должен однозначно понимать, что сайт в сети «Интернет» является источником сведений именно о стимулирующем мероприятии, а не источником информации о продукции, реализуемой под соответствующим брендом.

Положения ст. 9 Закона о рекламе направлены именно на устранение подобных сомнений у потребителя и ограждения их от недобросовестных действий хозяйствующих субъектов, связанных с сокрытием менее привлекательных сведений о проводимых стимулирующих мероприятиях.

Кроме того, согласно п. 1 ст. 9 Закона о рекламе, в рекламе стимулирующего мероприятия должны быть указаны сроки проведения такого мероприятия.

Необходимо отметить, что сроки проведения стимулирующего мероприятия, в отличие от иной информации о таком мероприятии должны быть указаны непосредственно в тексте самой рекламы.

Установлено, что сведений о сроках проведения стимулирующего мероприятия в рекламе акции «25 плюсов Горздрав» отсутствуют.

Все вышеприведенные обстоятельства позволяют сделать вывод о том, что ЗАО «Аргументы и факты» при размещении указанной рекламы нарушило требования ст. 9 Закона о рекламе.

Согласно п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, реклама не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Таким образом, реклама стимулирующего мероприятия «25 плюсов Горздрав», распространенная на странице 24 в газете «Аргументы и факты. Здоровье» № 52 (1030) от 25.12.2014, с нарушением ст. 9 Закона о рекламе, является ненадлежащей.

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

Рекламодателем является лицо, осуществляющее фактическое доведение объекта рекламирования до сведения потребителя.

Согласно выходным данным газеты «Аргументы и факты. Здоровье», ее издателем является ЗАО «Аргументы и факты», в том числе в период распространения рассматриваемой рекламы.

Размещение ЗАО «Аргументы и факты» рассматриваемой рекламы в газете «Аргументы и факты. Здоровье» № 52 (1030) от 25.12.2014 осуществлялось на основании договора № 1429/12 от 06.11.2012 (далее - Договор), заключенного между ООО «АПТЕКА-А.В.Е», ЗАО «Аргументы и факты».

Согласно п. 1 Договора, ЗАО «Аргументы и факты» обязуется оказать ООО «АПТЕКА-А.В.Е» комплекс рекламных услуг в порядке и на условиях, определяемых Договором и Приложением к нему.

На основании изложенного, должностное лицо Московского УФАС России приходит к выводу о том, что лицом, осуществившим распространение

указанной рекламы, а равно ее рекламодателем, является ЗАО «Аргументы и факты».

Таким образом, установлено, что ЗАО «Аргументы и факты» является рекламодателем указанной рекламы, размещенной Обществом в газете «Аргументы и факты. Здоровье» № 52 (1030) от 25.12.2014.

В соответствии с ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных ст. 9 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

Ответственность за невыполнение требований, установленных ст. 9 Закона о рекламе, предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Место совершения административного правонарушения: территория распространения газеты «Аргументы и факты. Здоровье», в том числе город Москва.

Время совершения административного правонарушения — 25 декабря 2014 года (первый день распространения газеты «Аргументы и факты. Здоровье»).

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

В соответствии с ч. 2 ст. 2.1 КоАП РФ, 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 субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Вина ЗАО «Аргументы и факты» состоит в распространении в газете «Аргументы и факты. Здоровье» № 52 (1030) от 25.12.2014 рекламы стимулирующего мероприятия «25 плюсов Горздрав», проводимого ООО «АПТЕКА-А.В.Е» с нарушением требований ст. 9 Закона о рекламе.

Согласно п. 1 Договора, ЗАО «Аргументы и факты» вправе отказаться от исполнения обязательств по настоящему договору в случае нарушения ООО «АПТЕКА-А.В.Е» Закона о рекламе.

Следовательно, ЗАО «Аргументы и факты» обладало возможностью ограничения распространения спорной рекламы.

Таким образом, Московским УФАС России не установлено объективных обстоятельств, делающих невозможным соблюдение указанных требований.

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.

Согласно 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.

Факт привлечения ЗАО «Аргументы и факты» ранее к административной ответственности за нарушение законодательства о рекламе подтверждается платежными поручениями № 542 от 28.01.2015 (Постановление Московского УФАС России по делу № 4-14.3-813/00-08-14 от 08.12.14), № 4520 от 30.04.2014 (Постановление Московского УФАС России по делу № 4-14.3-1505/00-08-13 от 01.14.14), № 12038 от 24.11.2014 (Постановление Московского УФАС России по делу № 4-14.3-479/77-14 от 25.09.14), № 8842 от 29.08.2014 (Постановление Ставропольского УФАС России), № 11839 от 18.11.2014 (Постановление Омского УФАС России), представленными Обществом в рамках рассмотрения дела № 3-9-103/77-15.

При этом, должностным лицом Московского УФАС России учтено, что во всех вышеперечисленных случаях ЗАО «Аргументы и факты» привлекалось к административной ответственности за нарушение положений Закона о рекламе при распространении ненадлежащей рекламы, что свидетельствует о нежелании правонарушителя отказаться от противоправного поведения.

Таким образом, должностным лицом установлены обстоятельства, отягчающие административную ответственность ЗАО «Аргументы и факты».

Обстоятельств, смягчающих административную ответственность ЗАО «Аргументы и факты», должностным лицом административного органа не установлено.

На основании изложенного, должностным лицом Московского УФАС России принято решение о применении к ЗАО «Аргументы и факты» более строгой санкции, чем минимальный штраф, предусмотренный ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства Российской Федерации о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан — от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц — от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; юридических лиц — от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Таким образом, штраф, подлежащий взысканию составляет 350 000 рублей.

Руководствуясь ст.-ст. 33, 38 Закона о рекламе, ст.-ст. 4.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

За нарушение ст. 9 Закона о рекламе, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, назначить ЗАО «Аргументы и факты»

(адрес: 101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 42, ОГРН 1027700459379, ИНН 7701103751, КПП 770101001) административное наказание в виде административного штрафа в размере 350 000 (трехсот пятидесяти тысяч) рублей.

Согласно ч. 1 ст. 32.2 КоАП РФ, 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 ст. 31.5 КоАП РФ.

В соответствии с ч. 5 ст. 32.2 КоАП РФ, при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, и информации об уплате административного штрафа в Государственной информационной системе о государственных и муниципальных платежах, по истечении срока, указанного в ч. 1 настоящей статьи, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, направляют в течение десяти суток постановление о наложении административного штрафа с отметкой о его неуплате судебному приставу-исполнителю для исполнения в порядке, предусмотренном федеральным законодательством.

В соответствии с ч. 5 ст. 3.5 КоАП РФ, сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме.

Суммы штрафов, уплаченных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, зачисляются в соответствующие бюджеты в соотношении:

- 40% в Федеральный бюджет;
- 60% в бюджет субъекта Российской Федерации, на территории которого зарегистрировано ЗАО «Аргументы и факты», перечислением через банк, обслуживающий хозяйствующий субъект.

Реквизиты для уплаты административных штрафов, предусмотренных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе (квитанция прилагается):

Получатель: УФК по г. Москве (для Московского УФАС России)

Банк получателя: Отделение 1 Москва

ИНН 7706096339

КПП 770101001

БИК 044583001

р/с 40101810800000010041

КБК 161 1 16 26000 01 6000140

ОКТМО 45375000

Назначение платежа: административный штраф по делу № 4-14.3-1101/77-15.

Согласно ч. 1 ст. 20.25 КоАП РФ, неуплата административного штрафа в

срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа.

В соответствии с ч. 3 ст. 30.1 и ч. 1 ст. 30.3 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражном суде в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

В соответствии с п. 1 ст. 31.1 КоАП РФ, 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.

Приложение на 1 листе.