

ПОСТАНОВЛЕНИЕ
о назначении административного наказания по делу
об административном правонарушении № 4-14.3-679/77-16

«21» июня 2016 года

г. Москва

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве <...>, рассмотрев Протокол от 07.06.2016 и материалы дела об административном правонарушении № 4-14.3-679/77-16, возбужденного в отношении АО «ИД «Комсомольская правда», в связи с нарушением статьи 8 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившимся в распространении рекламы товаров при дистанционном способе их продажи, в которой отсутствуют сведения о продавце таких товаров: фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя, ответственность за которые предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ),

в присутствии защитника АО «ИД «Комсомольская правда» по доверенности <...>,

УСТАНОВИЛ:

АО «ИД «Комсомольская правда» <...>.

Решением Комиссии Московского УФАС России от 04.05.2016 по делу № 3-5-208/77-15 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в действиях АО «ИД «Комсомольская правда» установлен факт распространения в периодическом печатном издании «Экспресс Газета» № 28 (1065) от 20 июля 2015 года рекламы с нарушением статьи 8 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившимся в распространении рекламы товаров при дистанционном способе их продажи, в которой отсутствуют сведения о продавце таких товаров: фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, объектом рекламирования является товар, средство 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 соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе, товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Объявление на страницах периодического печатного издания «Экспресс Газета» № 28 (1065) от 20 июля 2015 года содержало следующие сведения: наименования фильмов, предложение оформить заказ на DVD-диск с данными фильмами, а также почтовый адрес и номер телефона, на которые можно отправить заказ.

Исходя из содержания, целью размещения указанных сведений является привлечение внимания потребителей к DVD-дискам, содержащим порнографическую информацию, а также побуждение к их приобретению.

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.

Периодическое печатное издание «Экспресс газета» зарегистрировано в качестве печатного средства массовой информации (свидетельство ПИ № ФС 77-35494 от 25.02.2009), территорией распространения которого является вся территория Российской Федерации и зарубежные страны.

Таким образом, установлено, что «Экспресс газета» является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по территории распространения и кругу лиц-потребителей рекламы не установлено.

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация содержит объекты рекламирования, распространялась неопределенному кругу лиц и, исходя из содержания, направлена на привлечение внимания потребителей к объекту рекламирования, а следовательно, является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.

Данный вывод в полной мере подтверждается гарантийным письмом ИП Матвеева А.Г. от 25.06.2015, выданным ЗАО «ИД «Комсомольская правда», на основании которого спорная реклама была распространена, и представленной в материалах дела № 3-5-208/77-15.

Согласно статье 8 Закона о рекламе, в рекламе товаров при дистанционном способе их продажи должны быть указаны сведения о продавце таких товаров: наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный

регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

В соответствии с пунктом 2 статьи 497 Гражданского кодекса Российской Федерации, под дистанционным способом продаж понимается такой способ продажи товара, при котором договор розничной купли-продажи может быть заключен на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара посредством каталогов, проспектов, буклетов, фотоснимков, средств связи (телевизионной, почтовой, радиосвязи и других) или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора.

Согласно пункту 2 Правил продажи товаров дистанционным способом, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 27.09.2007 № 612, продажей товаров дистанционным способом является продажа товаров по договору розничной купли-продажи, заключаемому на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах либо представленным на фотоснимках или с использованием сетей почтовой связи, сетей электросвязи, в том числе информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», а также сетей связи для трансляции телеканалов и (или) радиоканалов, или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора.

Таким образом, договор продажи товаров дистанционным способом характеризуется двумя отличительными признаками: во-первых, отсутствие прямого, непосредственного контакта потребителя с товаром, либо его образцом до заключения договора и в момент его заключения, и, во-вторых, определение средств ознакомления с товаром: каталоги, буклеты, проспекты, фотоснимки, средства связи и так далее.

В соответствии со статьей 493 Гражданского кодекса Российской Федерации, если иное не предусмотрено законом или договором розничной купли-продажи, в том числе условиями формуляров или иных стандартных форм, к которым присоединяется покупатель, договор розничной купли-продажи считается заключенным в надлежащей форме с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека или иного документа, подтверждающего оплату товара.

Пунктом 2 статьи 1 Закона Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» установлено, что Правительство Российской Федерации вправе издавать для потребителя и продавца (изготовителя, исполнителя, уполномоченной организации или уполномоченного индивидуального предпринимателя, импортера) правила, обязательные при заключении и исполнении публичных договоров (договоров розничной купли-продажи, энергоснабжения, договоров о выполнении работ и оказании услуг).

Порядок продажи товаров дистанционным способом регулируется

Правилами продажи товаров дистанционным способом.

Пунктом 14 Правил продажи товаров дистанционным способом предусмотрено, что покупатель передает продавцу сообщение о своем намерении приобрести товар, в котором должны быть указаны вид услуги, время ее исполнения и стоимость, обязательства покупателя.

Согласно пункту 18 Правил продажи товаров дистанционным способом, с момента получения продавцом соответствующего сообщения у продавца возникают обязательства по передаче товара, иные обязательства, связанные с передачей товара.

Таким образом, моментом заключения договора розничной купли-продажи может являться и момент получения продавцом сообщения о намерении покупателя приобрести товар.

В данном рекламном объявлении потребителю предлагалось приобрести товар посредством заполнения бланка заказа исходя исключительно из описания рекламируемого товара в рекламе.

На основании изложенного, установлено, что способ продажи рекламируемых товаров (DVD-дисков) является дистанционным, так как у потребителя, получающего товар бандеролью, высылаемую наложенным платежом, отсутствует прямой непосредственный контакт с товаром до заключения договора, независимо от того считать ли момент заключения договора моментом получения продавцом сообщения о намерении покупателя приобрести товар, либо момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека или иного документа, подтверждающего оплату товара.

В рассматриваемой рекламе указаны, в том числе, следующие сведения: «Свидетельство о рег. Матвеев Александр Геннадьевич, рег № 30477000037287, серия 77 № 010137375. г. Ступино, ул. Куйбышева, д. 35, кв. 18».

Между тем, в ходе рассмотрения дела № 3-5-208/77-15 установлено, что в Едином государственном реестре юридических лиц, индивидуальных предпринимателей, крестьянских (фермерских) хозяйств не содержится записи об индивидуальном предпринимателе Матвееве А.Г., зарегистрированном по адресу: г. Ступино, ул. Куйбышева, д. 35, кв. 18, рег. № 30477000037287, серия 77 № 010137375.

АО «ИД «Комсомольская правда» при размещении рекламы товаров при дистанционном способе их продажи надлежащим образом не удостоверилось в достоверности изложенных в рекламе сведений. Также, обществом у рекламодателя не было запрошено свидетельство о регистрации в качестве индивидуального предпринимателя, свидетельства о постановке на налоговый учет, хотя данное право рекламораспространителя прямо предусмотрено статьей 13 Закона о рекламе.

Так, согласно статье 13 Закона о рекламе, рекламодатель по требованию рекламораспространителя обязан предоставлять документально подтвержденные сведения о соответствии рекламы требованиям настоящего

Федерального закона, в том числе сведения о наличии лицензии, об обязательной сертификации, о государственной регистрации.

В то же время, указанный в гарантийном письме ИП Матвеева А.Г. в адрес АО «ИД «Комсомольская правда» от 25.06.2015 (далее - письмо) ИНН в Сведениях о государственной регистрации юридических лиц, индивидуальных предпринимателей, крестьянских (фермерских) хозяйств (egrul.nalog.ru/) отсутствует, что свидетельствует о том, что рекламодатель не только не проявил должной степени осмотрительности и осторожности при проверке предоставленных ему сведений на предмет их соответствия фактическим обстоятельствам (в том числе сведений о государственной регистрации лица, предоставившему эти сведения), но и не проводил такую проверку вообще, не воспользовавшись даже общедоступными способами в виде открытого реестра на официальном сайте Федеральной налоговой службы.

Более того, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя в приведенном АО «ИД «Комсомольская правда» тексте письма не указан.

Данное обстоятельство фактически лишило потребителей рекламы возможности с достоверностью определить продавца рекламируемого товара, что, в свою очередь, препятствовало получению необходимых сведений о рекламируемом товаре, прямо предусмотренных законом (статья 8 Закона о рекламе).

Таким образом, реклама, размещенная на странице 24 периодического печатного издания «Экспресс Газета» №28 (1065) от 20 июля 2015 года, в том числе следующего содержания: «...Свидетельство о рег. Матвеев Александр Геннадьевич, рег. № 304770000037287, серия 77 № 010137375. г. Ступино, ул. Куйбышева, д. 35, кв. 18», нарушающая статью 8 Закона о рекламе, является ненадлежащей.

Согласно части 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных статьей 8 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рассматриваемая реклама размещалась в выпуске «Экспресс Газета» № 28 (1065) от 20 июля 2015 года на основании гарантийного письма ИП Матвеева А.Г. от 25.06.2015, выданного ЗАО «ИД «Комсомольская правда».

В соответствии с данным письмом, ИП Матвеев А.Г. просит ЗАО «ИД «Комсомольская правда» разместить рекламу в издании «Экспресс-газета».

На основании изложенного, лицом, осуществившим распространение рассматриваемой рекламы в выпуске «Экспресс Газета» № 28 (1065) от 20 июля 2015 года, а равно ее рекламодателем, является АО «ИД «Комсомольская правда».

Резюмируя изложенное, учитывая пункт 13 пленума ВАС Российской Федерации от 08.10.2012 № 58, ответственным за распространение спорной рекламы является, в том числе, рекламодатель - АО «ИД «Комсомольская правда».

Местом совершения административного правонарушения является территория распространения газеты «Экспресс Газета», в том числе город Москва.

Время совершения административного правонарушения — 20.07.2015 (первый день распространения газеты «Экспресс Газета» № 28 (1065) от 20 июля 2015 года).

В соответствии с частью 1 статьи 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 частью 2 статьи 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.

Защитником АО «ИД «Комсомольская правда» в материалы дела № 4-14.3-679/77-16 представлены письменные объяснения, в которых Общество просит производство по делу прекратить. В обоснование ходатайства о прекращении производства по делу АО «ИД «Комсомольская правда» приведены следующие доводы: у Общества отсутствует обязанность по проверке достоверности сведений, предоставленных контрагентом; после обнаружения недостоверности сведений, указанных в макете рекламы, дальнейшее размещение рекламы было прекращено; нарушение законодательства выразилось не в отсутствии в рекламе сведений о продавце товара, а в их недостоверности; отсутствует вина Общества.

Оценив заявленные АО «ИД «Комсомольская правда» доводы, должностное лицо Московского УФАС России считает необходимым отметить следующее.

Согласно пункту 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 30.07.2013 N 58 «О некоторых вопросах, возникающих в судебной практике при рассмотрении арбитражными судами дел об оспаривании нормативных правовых актов» 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.

Поскольку рекламодатель в соответствии со статьей 38 Закона о рекламе несет ответственность за нарушение требований данного Закона,

рекламораспространитель обязан проверять размещаемую рекламу на предмет ее соответствия законодательству Российской Федерации о рекламе, что в свою очередь, подразумевает проверку рекламораспространителем представляемых для размещения рекламных материалов.

При дистанционной торговле реклама продаваемых товаров приобретает особое значение, поскольку только через рекламу можно узнать о возможности приобрести те или иные товары.

Поэтому, наличие необходимости в указании столь подробного перечня формальных реквизитов продавца (как юридического лица, так и индивидуального предпринимателя) обусловлено тем, что потребитель в данном случае находится в более неблагоприятном положении по сравнению с тем, кто может непосредственно ознакомиться с товаром или его образцом. Кроме этого, следует учитывать, что недобросовестные продавцы иногда не указывают в рекламе своих реквизитов, что затрудняет возможность защиты прав потребителей.

У Общества имелась обязанность удостовериться в добросовестности рекламодача, однако при размещении рекламы товаров при дистанционном способе их продажи Общество надлежащим образом не удостоверилось в достоверности изложенных в рекламе сведений.

Таким образом, учитывая тот факт, что данные о содержащихся в Едином государственном реестре юридических лиц, индивидуальных предпринимателей, крестьянских (фермерских) хозяйствах лиц находятся в свободном доступе. должностное лицо Московского УФАС России приходит к выводу, что АО «ИД «Комсомольская правда» проявило недобросовестность при распространении рекламы, что привело к введению в заблуждение ее потребителей.

Исполнение предписания, выданного по делу № 3-5-208/77-15 не является основанием для прекращения производства по делу об административном правонарушении. В силу статьи 4.2 КоАП РФ, данное обстоятельство учитывается при назначении наказания за совершение правонарушения в качестве обстоятельств, смягчающих административную ответственность.

Относительно довода Общества о наличии в спорном макете, сведений, требуемых в соответствии со статьей 8 Закона о рекламе, но являющихся недостоверными необходимо отметить, что в данном случае представление сведений, содержащих недостоверные сведения, приравниваются к их отсутствию, и влечет те же правовые последствия, что и отсутствие данных сведений.

Не может быть принят во внимание довод об отсутствии вины Общества во вменяемом правонарушении ввиду следующего.

Как указано в пункте 16.1 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 02.06.2004 N 10, при рассмотрении дел об административных правонарушениях следует учитывать, что понятие вины юридических лиц раскрывается в части 2 статьи 2.1 КоАП РФ. При этом в отличие от физических лиц в отношении юридических лиц КоАП РФ формы вины (статья 2.2 КоАП РФ) не выделяет.

В тех случаях, когда в соответствующих статьях Особенной части КоАП РФ

возможность привлечения к административной ответственности за административное правонарушение ставится в зависимость от формы вины, в отношении юридических лиц требуется лишь установление того, что у соответствующего лица имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых предусмотрена административная ответственность, но им не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению (часть 2 статьи 2.1 КоАП РФ). Обстоятельства, указанные в части 1 или части 2 статьи 2.2 КоАП РФ, применительно к юридическим лицам установлению не подлежат.

Таким образом, вина АО «ИД «Комсомольская правда» состоит в распространении на странице 24 периодического печатного издания «Экспресс Газета» № 28 (1065) от 20 июля 2015 года рекламы с нарушением требований статьи 8 Закона о рекламе. Антимонопольным органом не установлено объективных обстоятельств, делающих невозможным соблюдение указанных требований.

Таким образом, ответственность за нарушение требований статьи 8 Закона о рекламе в соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ несет АО «ИД «Комсомольская правда».

В соответствии с частью 3 статьи 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 пункту 7 части 1 статьи 4.2 КоАП РФ обстоятельством, смягчающим ответственность, является добровольное исполнение до вынесения постановления по делу об административном правонарушении лицом, совершившим административное правонарушение, предписания об устранении допущенного нарушения, выданного ему органом, осуществляющим государственный контроль (надзор) и муниципальный контроль.

10.03.2016 Комиссией Московского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по результатам рассмотрения дела № 3-5-208/77-15 АО «ИД «Комсомольская правда» выдано предписание № 62 о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно о прекращении распространения рекламы, содержащей информацию порнографического характера в периодическом печатном издании «Экспресс Газета» № 28 (1065) от 20 июля 2015, с нарушением требований статьи 8 Закона о рекламе.

АО «ИД «Комсомольская правда» до вынесения настоящего постановления в адрес Московского УФАС России представлены документы, свидетельствующие об исполнении предписания № 62 от 10.03.2016.

Таким образом, установлено обстоятельство, смягчающее административную ответственность АО «ИД «Комсомольская правда».

Должностным лицом Московского УФАС России не установлено обстоятельств, отягчающих административную ответственность АО «ИД «Комсомольская правда».

В соответствии с частью 1 статьи 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 100 000 рублей.

Руководствуясь статьями 33, 38 Закона о рекламе, статьями 4.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать АО «ИД «Комсомольская правда» <....> виновным в совершении правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

2. Назначить АО «ИД «Комсомольская правда» <....> наказание в виде административного штрафа в размере — 100 000 (ста тысяч рублей ноль копеек) руб.

Согласно части 1 статьи 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 статьей 31.5 КоАП РФ.

В соответствии с частью 5 статьи 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 части 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 частью 5 статьи 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 АО «ИД «Комсомольская правда», 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 № 4-14.3-679/77-16.

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП РФ, неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 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 пунктом 1 статьи 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: квитанция на 1 листе.

Заместитель руководителя

<....>