

ООО «Первый
интерьерный»
(«Салон Брук»)
ул. Пологая, д. 22,
г. Владивосток, 690091
e-mail: <...>

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

по делу № 33А/07-2018 о назначении административного наказания

21 июня 2018 года г. Владивосток

13 часов 45 минут

Я, руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Приморскому краю (далее - Приморское УФАС России) <...>, рассмотрев 21.06.2018 протокол и материалы дела № 33А/07-2018 об административном правонарушении, возбужденного в отношении юридического лица общества с ограниченной ответственностью «Первый интерьерный» (ОГРН 1142540005585, ИНН/КПП 2540203859/254001001) (далее – ООО «Первый интерьерный»),

УСТАНОВИЛ:

В соответствии с частью 1 статьи 33 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»), антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе: предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе; возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В компетенцию Приморского УФАС России, согласно Положению о территориальном органе Федеральной антимонопольной службы (утв. Приказом ФАС России от 23.07.2015 № 649/15), входит осуществление функций по контролю за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе.

26.03.2018 в Приморское УФАС России поступило обращение <...> (вх. № 2410) в котором указано, что в г. Владивостоке по адресу: ориентировочно пр-т 100 лет Владивостоку, д. 51 размещена рекламная конструкция на которой распространяется реклама «Салон Брук».

В содержательной части, указанной рекламы, содержится следующая информация: «Beckers салон БРУК салон-брук.рф ул. Пологая, 22 т. 299-87-99 САМЫЕ ЭКОЛОГИЧНЫЕ КРАСКИ ИЗ ШВЕЦИИ». Использование в рекламе выражения

«САМЫЕ ЭКОЛОГИЧНЫЕ КРАСКИ» противоречит требованиям ФЗ «О рекламе».

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «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.

Из пункта 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» следует, что 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.

Согласно пункту 3 статьи 3 ФЗ «О рекламе» товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Как следует из части 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» 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.

В части 29 Постановления Пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами ФЗ «О рекламе» указано, 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 (пункт 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе»).

Рассматриваемая реклама «Салон Брук» не содержит указания на конкретный критерий, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Из информации, представленной по запросу «Салон Брук» (вх. № 3411 от 26.04.2018)

установлено, что в «Салон Брук» осуществляет деятельность ООО «Первый интерьерный». Компания занимается реализацией лакокрасочных материалов «Beckers».

Часть лакокрасочной продукции «Beckers» адаптирована к экологическим стандартам и имеет отметку «Европейский экологический знак (Эко-цветок)», «Скандинавский лебедь» и «Символ шведской ассоциации по борьбе с астмой и аллергией». Однако, наличие таких отметок на части лакокрасочной продукции не говорит об экологичности всей продукции, так же как о том, что продукция «Beckers» самая экологичная.

Таким образом, рассматриваемая реклама распространяется с нарушением требований пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе», нарушение рекламоателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» несет рекламодаатель, в рассматриваемом случае ООО «Первый интерьерный».

В материалы дела представлена копия договора № 18/118 от 10.01.2017 на проведение комплекса услуг по проведению рекламной компании.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП) нарушение рекламоателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Таким образом, в действиях ООО «Первый интерьерный», как рекламоателя, следствием которых явилось распространение рекламы с нарушением требований пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» усматривается состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП.

Определением Приморского УФАС России (исх. № 4390/06 от 25.05.2018) было возбуждено дело об административном правонарушении № 33А/07-2018 в отношении ООО «Первый интерьерный». Указанное определение было направлено заказным письмо с простым уведомлением по адресу регистрации ООО «Первый интерьерный» (№ 69009023919118) и вручено адресату 30.05.2018. На составление протокола указано явиться 21.06.2018 в 13 часов 15 минут.

21.06.2018 на составление протокола об административном правонарушении № 33А/07-2018 от ООО «Первый интерьерный» явился генеральный директор <...> (паспорт серия <...> выдан <...>). Действует на основании прав по должности.

В соответствии с частью 1 статьи 25.1 КоАП, частью 5 статьи 25.5 КоАП лицо, в

отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении (в том числе его защитник/представитель) вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, а также пользоваться иными процессуальными правами в соответствии с КоАП.

<...> в протоколе указал, что он признает нарушение, нарушение произошло ненамеренно. Так же письменно заявлено ходатайство о рассмотрении дела в день составления протокола.

Данное ходатайство мной удовлетворено и рассмотрение производится 21.06.2018.

При рассмотрении дела <...> поддержал ранее представленные пояснения.

Также установлено, что ООО «Первый интерьерный» состоит в реестре субъектов малого и среднего предпринимательства. Дата включения в реестр 01.08.2016.

Согласно статье 3.1 КоАП, административное наказание является установленной государством мерой ответственности за совершение административного правонарушения и применяется в целях предупреждения совершения новых правонарушений, как самим правонарушителем, так и другими лицами.

При назначении административного наказания лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

В соответствии с частью 2 статьи 4.2 КоАП должностное лицо, рассматривающее дело об административном правонарушении, может признать смягчающими обстоятельства, не указанные в КоАП или в законах субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с пунктом 1 статьи 4.1.1 КоАП 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 КоАП 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 КоАП, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 статьи 4.1.1 КоАП.

Согласно пункту 3 статьи 3.4 КоАП в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей раздела II КоАП или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа может быть заменено являющимся субъектами

малого и среднего предпринимательства лицу, осуществляющему предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, или юридическому лицу, а также их работникам на предупреждение в соответствии со [статьей 4.1.1 КоАП](#).

ООО «Первый интерьерный» ранее не привлекалось Приморским УФАС России к административной ответственности за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе. Правонарушение не нанесло вредных последствий, не повлекло угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, безопасности государства, а также не причинило имущественного ущерба. Учитывая изложенное считаю возможным административное наказание в виде административного штрафа заменить на предупреждение.

Рассмотрев материалы дела, учитывая характер правонарушения, а также отсутствие отягчающих обстоятельств, установленных статьей 4.3 КоАП РФ, руководствуясь статьями 4.1.1, 14.3, 23.48, КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать юридическое лицо - общество с ограниченной ответственностью «Первый интерьерный» (ИНН/КПП 2540203859/254001001, ОГРН 1142540005585) виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП, выразившегося в распространения рекламы, с нарушением требований пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Применить к ООО «Первый интерьерный» меру ответственности в виде предупреждения.

В соответствии с частью 1 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано вышестоящему должностному лицу либо в суд в течение 10 суток со дня вручения или получения копии постановления.

Руководитель

<...>