

УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

369000, г. Черкесск, тел. 26-63-56,

пр. Ленина, 38 факс (8782) 26-64-55

№ _____

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания по делу №103-р

об административном правонарушении

31.07.2018 г. Черкесск

Я, руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Карачаево-Черкесской Республике (далее по тексту - УФАС по КЧР) Уракчиев А.С., рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении №103-р, возбужденного в отношении ООО «Рестконсалт», кафе «Vincenzo» (ОГРН – 1161513050082, ИНН – 1513057741, КПП – 151301001, почтовый адрес: 362048, г. Владикавказ, ул. Доватора, 17, фактический адрес: г. Черкесск, ул. Кавказская, 37, ТЦ «Панорама») (далее – ООО «Рестконсалт»),

УСТАНОВИЛ:

18.05.2018 Комиссией УФАС по КЧР было рассмотрено дело №2 по признакам нарушения ч.7 ст. 5 и ст. 9 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», возбужденное в отношении ООО «Рестконсалт». Так, решением было установлено следующее.

В ходе мониторинга рекламной информации, распространяемой на территории Карачаево – Черкесской Республики, проводимого Управлением Федеральной антимонопольной службы России по Карачаево-Черкесской Республике на предмет соблюдения требований Законодательства о

рекламе выявлено размещение рекламы на буклете кафе «Vincenzo».

Реклама распространяется на территории г. Черкесска и имеет следующее содержание: «АКЦИЯ СКИДКИ -50%»; «VINCENZO confectionery»; +7 (928) 655-65-65 г. Черкесск, ТЦ «Панорама», ул. Кавказская, 37; «Ждем Вас!»

25.04.2018 года Управлением было возбуждено дело № 2 в отношении ООО Рестконсалт по признакам нарушения законодательства о рекламе.

Рассмотрение дела № 2 было назначено на 14 мая 2018 года на 10 ч. 00 мин. По итогам рассмотрения дела №2 Комиссия УФАС по КЧР признала рекламу ООО «Рестконсалт» «АКЦИЯ СКИДКИ -50%»; «VINCENZO confectionery»; +7 (928) 655-65-65 г. Черкесск, ТЦ «Панорама», ул. Кавказская, 37; «Ждем Вас!» ненадлежащей.

Из текста указанной рекламы можно сделать вывод, что информация, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, в данном случае к кафе «Vincenzo».

Часть 7 статьи 5 устанавливает, что 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 данной рекламе отсутствует обязательная по закону для указания информация о сроках проведения указанной скидки, что является частью существенной информации о рекламируемых услугах, а также в вопросе приобретения данных товаров.

Согласно статье 5 ФЗ «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно пункту 4 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе», недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

Согласно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» за нарушение требований, установленных части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» ответственность несет рекламодаделец. Рекламодателем в данном случае выступает ООО «Рестконсалт»

Ответственность за указанное правонарушение предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, в соответствии с которой нарушение рекламодателем,

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.

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, 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.

Рекламный буклет ООО «Рестконсалт» оставляет неоднозначное представление об акционных скидках. А именно: рядовому потребителю становится не понятным какие именно условия предоставления акции и скидок предлагает ему ООО «Рестконсалт»: либо необходимо приобрести определенное количество продукции, либо участвовать в розыгрыше или ином мероприятии для его получения. Кроме того, не указаны сроки в течение которых потребители могут воспользоваться этими акциями и скидками, и на какой товар эта акция распространяется.

ООО «Рестконсалт» на рассмотрение дела об административном правонарушении не направил, ходатайствовал о рассмотрении дела в его отсутствие в связи с невозможностью явки (письмо от 24.07.2018 №022).

В своих пояснениях, направленных ООО «Рестконсалт» в УФАС по КЧР от 11.05.2018 №016, от 24.07.2018 №21, с вменяемым правонарушением не согласно, считает что им соблюдены нормы Закона о рекламе в полном объеме. Кроме того, считает, что «...законодательство не раскрывает понятие существенной информации. Однако, как указано в Постановлении ФАС Северо-Западного округа от 10.06.2013 по делу №А21-9876/12 указание в рекламе на возможность получения необходимой информации о мероприятии из другого источника свидетельствует о соблюдении требований законодательства...».

Рассмотрев материалы дела об административно правонарушении №103-р, пояснения ООО «Рестконсалт» прихожу к выводу о наличии в действиях последнего состава административного правонарушения, ответственность

за которое предусмотрена ч.1 ст. 14.3 КоАП РФ по следующим основаниям.

В соответствии с пунктом 2 части 3 статьи 5 Федерального закона "О рекламе" недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Федерального 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.

Как следует из принципов гражданского оборота, рекламные акции или промо-акции являются одним из видов не прямой рекламы, их особенность в том, что они призваны формировать более доверительные отношения с потенциальными покупателями. Рекламная акция – это всего лишь одна из комплекса процедур, которые проводятся в рамках рекламной компании.

В целом PR-мероприятия – это целевые, планируемые и общественно значимые действия, проводимые для формирования общественного мнения относительно конкретных товаров или услуг.

Статья 9 «Закона о рекламе» предусматривает для всех типов стимулирующих мероприятий, будь то проведение рекламных акций, лотерей, конкурсов, игр и иных форм, главным условием участие в которых является приобретение определенного продукта, необходимые параметры, которые должны быть в обязательном порядке указаны:

- точные сроки проведения стимулирующих мероприятий;
- инициатор проведения стимулирующих мероприятий;
- правила проведения конкретного мероприятия;
- точное количество выигрышей или призов;
- порядок, место и сроки получения выигрышей или призов.

Общеизвестно, что стимулирование продаж – комплекс маркетинговых и коммерческих мероприятий, который проводится в разных социальных группах, направленный на увеличение объемов и для ускорения реализации своей продукции компании применяют различные методы стимулирования продаж. Данный комплекс действий призван в короткие сроки увеличить покупательский спрос. При этом зачастую применяется:

-снижение цен на некоторые категории товаров;

-подарок покупателям за совершенную покупку;

-дегустации нового продукта;

-предоставление бесплатных образцов;

-розыгрыши призов, поскольку это приятно и эмоционально, а, значит, оставит у потребителей позитивные яркие эмоции;

-специальная выкладка непрофильных товаров в ином товарном ряду, которая помогает выделить товар, привлечь к нему внимание;

-внедрение [программ лояльности](#) (накопительные или дисконтные карты) однозначно формируют позитивное отношение у потребителей.

Таким образом, из рассматриваемой рекламы ООО «Рестконсалт» рядовой потребитель не может прийти к однозначному выводу о характере, способе и времени предоставления акционных скидок для него в удобное ему время.

Кроме того, ООО «Рестконсалт» считает, что им соблюден порядок раскрытия существенной информации. Данный довод не соответствует действительности. Из рекламы следующего содержания: «АКЦИЯ СКИДКИ - 50%»; «VINCENZO confectionery»; +7 (928) 655-65-65 г. Черкесск, ТЦ «Панорама», ул. Кавказская, 37; «Ждем Вас!» рядовой потребитель не может прийти к однозначному выводу о том, что позвонив по указанному номеру телефона, тем самым получит исчерпывающую информацию относительно предоставляемых акционных скидках, поскольку номер телефона может свидетельствовать как о способе доставки продукции или бронирования места в указанном кафе. Таким образом, не указав существенную информацию о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, ООО «Рестконсалт» исказил смысл информации, тем самым вводит в заблуждение потребителей рекламы.

Объектом правонарушения, предусмотренного [статьей 14.3](#) КоАП РФ, являются общественные отношения в области рекламы. Объективной стороной данного правонарушения является нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем действующего законодательства о рекламе.

На основании изложенного, считаю, что вина ООО «Рестконсалт» в совершении административного правонарушения, ответственность за совершение которого предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, доказана и подтверждается материалами настоящего дела об административном правонарушении.

Обстоятельств, свидетельствующих о малозначительности совершенного административного правонарушения должностным лицом, уполномоченным на рассмотрение дела об административном правонарушении, не выявлено.

В соответствии со ст.4.1 КоАП РФ административное наказание за

совершение административного правонарушения назначается в пределах, установленных законом, предусматривающим ответственность за данное административное правонарушение, в соответствии с КоАП РФ.

На основании изложенного, с учетом положения статьи 4.1.1 КоАП РФ, руководствуясь статьями 4.1, 4.2, 4.3, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях Российской Федерации,

П О С Т А Н О В И Л :

Признать ООО «Рестконсалт», кафе «Vincenzo» (ОГРН – 1161513050082, ИНН – 1513057741, КПП – 151301001, почтовый адрес: 362048, г. Владикавказ, ул. Доватора, 17, фактический адрес: г. Черкесск, ул. Кавказская, 37, ТЦ «Панорама»), виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ и назначить административное наказание в **виде штрафа в размере 100 000 (сто тысяч) рублей.**

Реквизиты для перечисления штрафа:

УФК по Карачаево-Черкесской республике
(7900 Карачаево-Черкесское УФАС России)
Р/счет 40101810900000010001
В ГРКЦ НБ КАРАЧ.-ЧЕРКЕССК. РЕСП. БАНКА РОССИИ г. ЧЕРКЕССК
БИК 049133001
ИНН 0901024631
КПП 090101001
Код 161 1 16 26000 01 6000 140
ОКТМО 91 701 000

Назначение платежа «Денежные взыскания (штрафы) за нарушение законодательства о рекламе».

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 КоАП РФ штраф должен быть уплачен не позднее 60 дней со дня вступления постановления о наложении 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 3.5 КоАП РФ сумма административного штрафа, подлежит зачислению в бюджет в полном объеме.

Копию документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, необходимо направить по адресу: г. Черкесск, пр. Ленина, 38, либо по факсу: 26-63-56.

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП РФ неуплата административного штрафа в срок влечет наложение штрафа в двукратном размере от суммы неуплаченного штрафа. В соответствии с частью 7 статьи 21 Федерального закона от 01.10.2007 г. №229-ФЗ

«Об исполнительном производстве» постановление о наложении может быть предъявлено к исполнению в течение двух лет со дня вступления его в законную силу.

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 суд, вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 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.

Руководитель Управления А.С.Уракчиев