

<...>

**Постановление о назначении наказания
по делу № 5-Р-18-АП об административном правонарушении**

02 апреля 2018 года

г. Абакан

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия – <...>, рассмотрев протокол и материалы дела № 5-Р-18-АП об административном правонарушении, возбужденного в отношении юридического лица - <...>:

ИНН: <...>;

ОГРН: <...>;

КПП: <...>;

Юридический адрес: <...>

в отсутствие законного представителя юридического лица – <...>, извещенного надлежащим образом о времени и месте составления протокола,

УСТАНОВИЛ:

27.09.2017 г. (вх. № 7425) в адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия (далее по тексту – Хакасское УФАС России) поступило заявление от индивидуального предпринимателя <...>, о нарушении Закона о рекламе и Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» путем распространения рекламного ролика о рекламе магазина <...>, рекламодателем которого является <...>, рекламораспространителем является <...>.

Из представленной рекламы следует:

Озвучка рекламного ролика <...>.

Картинка видеоролика: «картинка разделена на две части для визуального сравнительного анализа. На картинке расположены две двери. На одной половине картинки расположена дверь и в верхней части указано: «стоимость двери в других магазинах» далее указана по центру «2200 рублей», на второй половине картинке показана дверь и в верхней части указано «стоимость двери в магазинах <...>» далее по центру указано «1870 рублей» ниже по всей картинке рекламного ролика следует добивка: «*сравнительный анализ цен, полученный по результатам опроса покупателей», далее следует крупными буквами <...>, далее следует добивка «*цена 1870 рублей установлена для двери «глухое гладкое» цвет миланский орех, беленный дуб, итальянский орех, венге. В стоимость входят полотно, коробка, наличник. Товар может отличаться от представленного на видео». Далее следует добивка: «г. Абакан».

Объектом рекламирования является приобретение дверей в магазине <...>.

02.10.2017 г. исх. № 04-8276/ТН Хакаское УФАС России направило в адрес <...> запрос о предоставлении документов относительно проведенного мониторинга цен по продаже ламинированных межкомнатных полотен.

Сопроводительным письмом вх. № 7809 от 13.10.2017 г. <...> предоставил:

- копию выписки от 29.09.2017 г. из розничного прайс-листа от 01.07.2017 г. магазин <...>;
- копия справки – информации от 27.09.2017 г. стоимость товара по розничной цене;
- копия выписки от 25.09.2017 г. из розничного прайс-листа на 01.09.2017 г. магазина <...>\$
- копия выписки от 05.10.2017 г. из розничного прайс-листа склад-магазин дверей «Легионер».

02.10.2017 г. исх. № 04-8275/ТН Хакаское УФАС России направило в адрес <...> запрос о предоставлении информации по документальному подтверждению о достоверности сведений, представленных в спорном рекламном ролике.

Однако в установленный Хакасским УФАС России срок от <...> каких-либо документов и сведений не поступило.

02.10.2017 г. исх. № 04-8274/ТН Хакасское УФАС России также направило в адрес <...> запрос о предоставлении информации по указанному ролику <...>.

18.10.2017 г. вх. № 7956 <...> предоставило письменные пояснения с приложением следующих документов:

- копия договора № 13-984-9-2017 на размещение рекламного материала от 08.09.2017 г.,
- копия акта №1258 от 30.09.2017 г.;
- копия счета на оплату № 1068 от 08.09.2017 г.;
- копия договора № РМ -161231-012БРН-О от 31.12.2016 г.;
- копия приложения №1-1 к договору № 13-984-9-2017 от 08.09.2017г. Прайс-лист на размещение рекламы;
- копия приложения 1-2 к договору № 13-984-9-2017 от 08.09.2017 г.
- копии приложения 2-1, 2-2, 2-3, 2-4, 2-5, 2-6 к договору № 13-984-9-2017-Орион от 08.09.2017 г.
- копии анкет клиентов;
- диск с рекламным <...>.

В соответствии с представленным актом № 1258 от 30.09.2017 г. размещение рекламного ролика проводилось в сентябре 2017 г. на каналах: «Первый» г. Абакан, «Россия 1» г. Абакан, «ТВ Центр» г. Абакан.

08.12.2017 г. <...> предоставил пояснительную записку с приложением следующих документов:

- копия свидетельства о постановке на учет российской организации в налоговом органе по месту нахождения на территории Российской Федерации;
- копия свидетельства о государственной регистрации юридического лица;
- копия устава;
- копия приказа о назначении генерального директора;
- копия паспорта генерального директора;
- копия счета на оплату комплекта дверей <...> №713 от 23.11.2017 г.;
- копия заказа клиента №712 от 23.11.2017 г. комплекта дверей <...>;

- копии страниц интернет-сайтов магазина «<...>;
- копия счета на оплату комплекта дверей <...>. магазин <...> №2297 от 23.11.2017 г.;
- копии страниц интернет-сайтов магазина <...>
- копия страниц интернет-сайтов магазина <...>
- копия счета на оплату комплекта дверей <...> магазин <...> №10492 от 24.11.2017 г.;
- копия счета на оплату комплекта дверей <...> магазин №ОТДПЗ1С0000664 от 24.11.2017 г.;
- копия заказа покупателя комплекта дверей <...> магазин <...> №1188 от 24.11.2017 г.

Исходя из вышеизложенного следует, что рекламодателем рекламного ролика, согласно представленному договору является <...>, сведения, полученных с сайта <https://egrul.nalog.ru>).

Рекламораспространителем рекламного ролика является <...> сведения, полученных с сайта <https://egrul.nalog.ru>).

27.10.2017 г. Хакаское УФАС России возбудило дело №45-Р-17 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рассмотрение назначено на 23.11.2017 г.

23.11.2017 г. Комиссия Хакаского УФАС России отложила рассмотрение дела № 45-Р-17, в связи с необходимостью получения антимонопольным органом, дополнительных документов и пояснений от лиц участвующих в деле, рассмотрение назначено на 15.12.2017 г.

Определением от 15.12.2017 г. рассмотрение дела было отложено на 24.01.2018 г., к участию в рассмотрении дела в качестве заинтересованных лиц привлечены <...> и <...>, им предложено предоставить документы и пояснения, имеющие значение для рассмотрения дела по существу.

Из пояснений сторон, озвученных в заседаниях комиссии, установлено следующее.

Директор <...> пояснил, что ролик планировался к показу, чтобы показать, что у магазинов <...> иная маркетинговая позиция, нежели чем у большинства магазинов. Цена товара указывается за комплект, а не как в других магазинах указывается цена за полотно дверное, а за коробку и наличники необходимо платить отдельно. В части заявления <...> и представленных выписок из прайс-листов директор <...> пояснил,

что после рассмотрения дела получены от конкурентов счета, в подтверждение достоверности предоставленной в рекламном ролике информации. Данные счета свидетельствуют о том, что цена, предлагаемая рекламодателем, действительно ниже, чем цена, предлагаемая некоторыми другими магазинами. Так же представитель ответчика подчеркнул, что в спорной рекламе не использовались слова в превосходной степени («самый дешевый», «дешевле, чем во ВСЕХ магазинах», «самая низкая цена» и т.п.). В ролике не заложена идея абсолютного преимущества рекламируемого товара перед находящимися в обороте другими товарами.

Представитель <...> и <...> <...> пояснила, что информация, указанная в рекламе <...> является недостоверной и нарушает Закон о рекламе. Распространяемой рекламой нарушены не только права заявителя, но также права <...> и <...>. Некорректное сравнение вводит покупателей в заблуждение. Опрос, сделанный <...>, не может быть объективным, для проведения опроса и дачи заключения необходимо привлекать маркетинговые компании, которые занимаются данной деятельностью по исследованию рынка. Из анкет опроса не следует, о какой модели фабрики Триумф идет речь.

Цены у <...> на продаваемый товар розничная цена, согласно прайс-листа за период с 01.01.2017 г. по 31.12.2017 г. не менялись, что подтверждается предоставленными ранее в материалы дела копиями документов: прайс-листы от 01.08-31.08.2017 г., 01.09-30.09.2017 г., 01.10-31.08.2017 г., 01.11-30.11.2017 г.; скриншотами с сайта.

В соответствии с выпиской из прайс-листа <...> следует, что полотно дверное глухое ДПГ итальянский, миланский орех (ламинированное) 1 шт.- 1090 руб., наличник (плоский)- 1 шт -72 руб., коробочный брус 160 руб. Итого весь комплект дверей в количестве 1 полотна и погонажа к нему в розницу стоит 1850 руб., что противоречит представленной рекламе <...> информации. Так же следует учесть, что данное полотно по выбору покупателя может комплектоваться полукруглым наличником, он дороже, согласно действующего прайс-листа. И весь комплект ДПГ итальянский, миланский орех (ламинированное) 1 шт., коробочный брус - 3 шт., наличник полукруглый – 5 шт. будет стоить 2210 руб.

Учитывая вышеизложенное, представитель заинтересованных лиц поддержала требования заявителя <...>, просила признать <...> нарушившим требования Закона о рекламе.

Выслушав пояснения представителей ответчика и заинтересованных лиц, изучив доводы заявления и собранные материалы дела, Комиссия Хакасского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно пункту 1 статьи 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе объект рекламирования - 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 соответствии с [частью 1 статьи 5](#) Закона о рекламе недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно пункта 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе недобросовестной признается реклама, которая содержит [некорректные](#) сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Указанная в рекламе <...> информация о стоимости дверей в других магазинах содержит [некорректные](#) сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, исходя из следующего.

В [пункте 29](#) постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» разъяснено, 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 ходе рассмотрения дела установлено, что <...>, <...>, <...> и <...> являются конкурентами, поскольку осуществляют аналогичную деятельность – розничная реализация дверей.

В данном случае обращение к потребителям товара (покупателям дверей) с рекламной информацией о том, что стоимость дверей в магазинах <...> в размере 1870 рублей дешевле, чем в других магазинах (2200 рублей) вводит в заблуждение потребителей - покупателей товаров, поскольку она является недостоверной и некорректной.

Из материалов дела следует, что у <...> на дату 29.09.2017 г. стоимость дверного полотна глухое ламинированное (ДПГ) итальянский орех (900, 800, 700, 600 мм) составляла 984,00 руб., коробочного бруса (2,5 шт.) – 363,00 руб., наличника (комплект 5 шт.) – 400 руб., итого 1747,00 руб., о чем

свидетельствует Выписка из розничного прайс-листа от 01.07.2017.

У <...> на дату 05.10.2017 г. стоимость дверного полотна глухое ламинированное (ДПГ) итальянский орех, миланский орех (900, 800, 700, 600 мм) составляла 1120,00 руб., коробочного бруса (2,5 шт.) – 343,75 руб., наличника (комплект 5 шт.) – 320 руб., итого 1783,00 руб., что подтверждается Выпиской из розничного прайс-листа. Как следует из письменных пояснений <...> цена на товар в период с 01.01.2017 г. по 31.12.2017 г. не менялась.

У <...> магазин <...> на дату 25.09.2017 г. стоимость дверного полотна глухое ламинированное (ДПГ) итальянский орех (900, 800, 700, 600 мм) составляла 1090,00 руб., коробочного бруса (2,5 шт.) – 400,00 руб., наличника (комплект 5 шт.) – 360 руб., итого 1850,00 руб., что подтверждается Выпиской из розничного прайс-листа от 01.09.2017 г. Как следует из письменных пояснений <...> стоимость товара изменилась с 01.11.2017 г. в связи с повышением закупочной цены завода-производителя. Согласно прайс-листу от 01.11.2017 г. стоимость дверного полотна глухое ламинированное (ДПГ) итальянский орех (900, 800, 700, 600 мм) составила 1230,00 руб., коробочного бруса (2,5 шт.) – 540,00 руб., наличника (комплект 5 шт.) – 400 руб., итого 2170,00 руб.

Указанные сведения подтверждаются представленными прайс-листами, а также распечаткой с сайта склада-магазина дверей «Легионер».

На основании изложенного, комиссия не принимает представленные <...> доказательства в качестве подтверждения достоверности рекламы, распространенной в сентябре 2017 года на телеканалах.

Рассматриваемой рекламой <...> причинило или могло причинить <...> ущерб (убыток), поскольку действия по распространению недостоверной информации могут повлечь перераспределение спроса на рынке указанных в рекламе товаров и, соответственно, конкуренты <...> могли понести определенные убытки в виде неполученных доходов, которые они могла бы получить при обычных условиях гражданского оборота, если бы их права не были нарушены.

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение пункта 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы.

Как уже указывалось выше, рекламодателем спорного рекламного ролика является <...>.

Комиссия Хакасского УФАС России, рассмотрев материалы дела и оценив пояснения сторон, приходит к выводу, что рассматриваемая реклама нарушает требования пункта 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе.

Данное нарушение рекламного законодательства образует состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных [частями 2 - 6](#) настоящей статьи, [частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31](#) настоящего Кодекса 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.

В соответствии с частью 1 статьи 28.3 КоАП РФ протоколы об административных правонарушениях составляются должностными лицами органов, уполномоченных рассматривать дела об административных правонарушениях в пределах компетенции соответствующего органа.

Согласно статьи 23.48 КоАП РФ территориальные антимонопольные органы уполномочены рассматривать дела об административных правонарушениях, предусмотренных статьей 14.3 КоАП РФ, устанавливающей ответственность за нарушение законодательства о рекламе.

Поводом к возбуждению дела об административном правонарушении послужило непосредственное обнаружение должностным лицом данных, указывающих на наличие события административного правонарушения.

В силу части 1 статьи 2.10 КоАП РФ юридические лица подлежат административной ответственности за совершение административных правонарушений в случаях, предусмотренных статьями [раздела II](#) настоящего Кодекса или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях.

Лицом, привлекаемым к ответственности в настоящем деле, является юридическое лицо <...>.

В связи с чем, 06.03.2018 г. за исх. № 04-1330/АМ заказным письмом по юридическому адресу <...> было направлено уведомление о составлении протокола.

Заместителем руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия – <...> в отсутствие представителя

надлежащим образом извещенного общества о месте и времени составления протокола об административном правонарушении, составлен протокол № 5-Р-18-АП об административном правонарушении, определением от 06.03.2018 г. рассмотрение дела назначено на 02.04.2018 г.

Рассмотрев материалы дела, прихожу к следующим выводам.

Срок давности привлечения <...> к административной ответственности, установленный частью 1 статьи 4.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях за нарушение законодательства о рекламе, на момент вынесения настоящего постановления не истек.

Федеральным [законом](#) от 03.07.2016 № 316-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» в [КоАП](#) РФ были внесены изменения.

[Статья 3.4](#) КоАП РФ дополнена [частью 3](#), согласно которой, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей [раздела II](#) настоящего Кодекса 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](#) настоящего Кодекса.

Согласно [части 1 статьи 4.1.1](#) КоАП РФ 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](#) настоящего Кодекса 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](#) настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных [частью 2 настоящей статьи](#). Предупреждение - мера административного наказания, выраженная в официальном порицании физического или юридического лица. Предупреждение выносится в письменной форме (часть 1 статьи 3.4 КоАП РФ).

В соответствии с [частью 2 статьи 3.4](#) КоАП РФ предупреждение устанавливается за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного

наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при отсутствии имущественного ущерба.

Таким образом, из приведенных выше положений следует, что в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей [раздела II](#) настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа может быть заменено являющимся субъектами малого или среднего предпринимательства лицу, осуществляющему предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, или юридическому лицу, а также их работникам на предупреждение за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при отсутствии имущественного ущерба.

Согласно сведениям из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства на дату рассмотрения настоящего дела <...> имеет статус микропредприятия, следовательно, является субъектом малого и среднего предпринимательства.

Правонарушение, квалифицируемое по статье 14.3 КоАП РФ, совершено <...> впервые.

В материалах дела отсутствуют доказательства, что рассматриваемое нарушение законодательства о рекламе причинило вред жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, а также безопасности государства, либо создало угрозу чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также причинило имущественный ущерб.

Таким образом, прихожу к выводу, что имеются основания для применения статей 3.4 и 4.1.1 КоАП РФ, и административное наказание в виде административного штрафа может быть заменено на административное наказание в виде официального порицания – предупреждение.

Руководствуясь статьями 3.4, 4.1.1, 14.3, 23.48, 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать Общество с ограниченной ответственностью «РосОпт» виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, и назначить административное наказание в виде предупреждения.

В соответствии с пунктом 3 части 1 и частью 3 статьи 30.1, а также частью 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу, либо в суд в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статьи 31.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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.

Постановление по делу об административном правонарушении выдано 02 апреля 2018 года, вступает в законную силу с 13 апреля 2018 года в соответствии с требованиями пунктов 1, 2 статьи 31.1 КоАП РФ.

<...>