

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания по делу  
об административном правонарушении № 4-14.3-852/77-15  
«18» августа 2015 года г. Москва

Я, <...>, рассмотрев протокол от 06.08.2015 и материалы дела об  
административном правонарушении № 4-14.3-852/77-15, возбужденного в  
отношении

должностного лица ООО «Тойота Мотор» (ИНН 7710390358) – эксперта по  
креативной рекламе <...>, в связи с нарушением пункта 1 части 4 статьи 5  
Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о  
рекламе»),

выразившимся в распространении в сети «Интернет» посредством медиабаннера  
рекламы автомобиля «Toyota Land Cruiser Prado», которая побуждает к совершению  
противоправных действий, ответственность за которое предусмотрена частью 1  
статьи

14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях  
(далее —  
КоАП РФ),

---

---

### УСТАНОВИЛ:

ООО «Тойота Мотор» (адрес: 141031, Московская обл., Мытищинский р-н,  
МКАД, 84-й км, ТПЗ "Алтуфьево", 5,1) является юридическим лицом, действующим  
на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических  
лиц

24.09.2002 за основным государственным регистрационным номером  
1027739386400,

ИНН 7710390358, КПП 502901001.

ООО «Тойота Мотор» разместило в сети «Интернет» посредством  
медиабаннера рекламу автомобиля «Toyota Land Cruiser Prado».

Решением Комиссии Московского УФАС России от 02.04.2015 по делу № 3-5-8/77-15  
по

признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе при  
распространении в сети «Интернет» посредством медиабаннера рекламы  
автомобиля

«Toyota Land Cruiser Prado», установлен факт нарушения пункта 1 части 4 статьи 5  
Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о  
рекламе),

выразившиеся в распространении рекламы, побуждающей к совершению  
противоправных действий

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является  
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, 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 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.

Рассматриваемый ролик, распространяемый посредством медиабаннера, содержит изображение товарного знака «Тойота», а также автомобиля «Toyota Land

Cruiser Prado», с указанием наименования модели на месте государственного регистрационного номера, слоганы «Попробуй его остановить», «Все дороги открыты

перед тобой», «Стремится к лучшему».

Медиабаннер размещался на сайтах в сети «Интернет», в том числе, по адресам mail.ru, yandex.ru, а следовательно, сведения были распространены широкому заранее

неопределенному кругу лиц.

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.

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация, отвечает всем законодательно установленным признакам рекламы, а именно: содержит объект рекламирования (автомобиль «Toyota Land Cruiser Prado»), распространялась неопределенному кругу лиц в сети «Интернет», исходя из способа

распространения и содержания, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, а следовательно является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.

Данный вывод в полной мере подтверждается положениями Договора № СМ-255/0404 (далее — Договор 1), представленного в материалах дела № 3-5-8/77-

15, заключенного между ООО «СМАРТ Комьюникейшнз» и ООО «Тойота Мотор», на основании которого происходило распространение видеоролика.

Предметом Договора 1 является размещение ООО «СМАРТ Комьюникейшнз» за комиссионное вознаграждение рекламно-информационных материалов ООО «Тойота Мотор», в том числе, в сети «Интернет».

Таким образом, положения Договора 1 прямо указывают на рекламный характер распространенной информации. Объектом рекламирования в рассматриваемой рекламе является транспортное средство — автомобиль ««Toyota Land Cruiser Prado».

Согласно пункту 1 части 4 статьи 5 Закона о рекламе, реклама не должна

побуждать к совершению противоправных действий.

При этом, противоправными являются действия, совершенные в нарушение закона или посягающие на установленный законодательством порядок.

Согласно пункту 9.9. Правил дорожного движения, запрещается движение транспортных средств по разделительным полосам и обочинам, тротуарам и пешеходным дорожкам.

Согласно материалам дела № 3-5-8/77-15, в видеоролике, распространяемом

2

посредством медиабаннера, содержится следующий фрагмент:

Действия происходят в городской черте. На заднем плане по обе стороны проезжей части изображены два многоэтажных здания, а также дерево и силуэт человека. Автомобиль «Toyota Land Cruiser Prado» осуществляет движение по дороге

при нахождении двух колес на тротуаре. При этом, граница между тротуаром и проезжей частью отделена поребриком так, что уровень тротуара находится заметно

выше уровня проезжей части. В связи с указанным, автомобиль движется под наклоном. В кадре появляется знак, сообщающий, что угол наклона составляет 42 градуса. В правом верхнем углу размещен товарный знак «Тойота», а также слоган «Стремись к лучшему». В видеоролике отсутствует изображение водителя автомобиля. На месте государственного регистрационного знака размещена надпись «Toyota Land Cruiser Prado».

Целью рекламы, исходя из ее нормативного понятия, является привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Закон рассматривает потребителей рекламы как лиц, поддающихся под влияние рекламы и подверженных ее влиянию, следствием чего является или может явиться

соответствующее воздействие рекламы на них. Такой подход к поведенческой характеристике потребителей дает основания полагать, что реклама способна побудить потребителей не только к покупке рекламируемого товара, но и к совершению иных, напрямую не связанных с приобретением товара действий, о которых он получил представление из рекламы.

Реклама, ввиду ее публичности и многократности воспроизведения, способна оказать влияние на процесс становления правомерного поведения в обществе, закрепить в сознании потребителей поведенческую привычку следовать установленным нормам поведения.

Реклама доводится до сведения потребителя в течение длительного времени в расчете на побуждение совершить определенные действия и подразумевает воздействие на его мотивацию при выборе товара, а равно доводит информацию

о

способе использования, применения такого товара.

Также необходимо отметить, что реклама, в силу объективных причин, имеет ограничения по времени распространения и количеству содержащейся информации.

Представляется очевидным, что рекламодатель, используя имеющиеся у него ограниченные возможности по продвижению своего товара посредством рекламы, с

целью привлечь максимальный интерес потребителя, старается указать в ней наиболее привлекательные характеристики и свойства товара либо

продемонстрировать потребителю востребованные способы применения товара в жизни.

В рассматриваемой рекламе ООО «Тойота Мотор» акцентирует внимание потребителей на технических характеристиках автомобиля «Toyota Land Cruiser Prado», связанных с высоким уровнем проходимости автомобиля, в частности речь идет о высоком клиренсе транспортного средства.

Для достижения указанных целей ООО «Тойота Мотор» посредством рекламного баннера демонстрирует две ситуации применения товара, а именно: движение автомобиля по каменистой дороге и движение по тротуару.

Таким образом, рассматриваемая реклама, содержащая, в том числе,

3

информацию о способах использования автомобиля, побуждает потребителей не только к приобретению автомобиля «Toyota Land Cruiser Prado», но и к совершению

с

его использованием демонстрируемых в рекламе действий, в частности движению по

тротуару.

Таким образом, реклама прямо демонстрирует возможность совершения противоправного деяния с использованием объекта рекламирования.

Резюмируя изложенное, должностное лицо Московского УФАС России считает доказанным тот факт, что при повторении действий в реальной жизни,

продемонстрированных в рекламе, данные действия должны быть

квалифицированы

как нарушение пункта 9.9 Правил дорожного движения.

Одновременно, рассматриваемая реклама привлекает внимание потребителей к возможности совершения подобных действий с помощью объекта

рекламирования.

Таким образом, при размещении рассматриваемых рекламных объявлений установлен факт нарушения пункта 1 части 4 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая

требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Таким образом, распространение в сети «Интернет» посредством медиабаннера рекламы автомобиля «Toyota Land Cruiser Prado» с нарушением пункта 1 части 4

статьи

5 Закона о рекламе является ненадлежащим.

Местом совершения административного правонарушения является место

выявления рекламы, распространенной в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» — г. Москва.

Время выявления административного правонарушения — 20.11.2014 (день выявления распространения спорной рекламы в сети «Интернет»).

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение

требований, установленных пунктом 1 части 4 статьи 5 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является

изготовитель

или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или)

содержание

рекламы лицо.

Согласно представленным ООО «Тойота Мотор» сведениям, спорный видеоролик

был

изготовлен на основании Приложения № DS 150914-0006 к Генеральному соглашению № СМ-060209-01 от 06.02.2009 к Договору № СМ-255/0404 от 27.04.2004 (далее — Приложение), заключенному между ООО «Тойота Мотор» и ООО «Денцу-Смарт». Согласно пункту 1.1 Приложения, по поручению ООО «Тойота Мотор» ООО «Денцу-Смарт» за комиссионное вознаграждение обязуется заключить от своего имени и за счет ООО «Тойота Мотор» договоры с третьими лицами на выполнение работ по разработке Интернет-баннеров под условным наименованием «Toyota LC Prado November», включая передачу прав использования результатов интеллектуальной деятельности, возникших в результате выполнения работ. Согласно пункту 8.2 Приложения, на оговоренные результаты интеллектуальной деятельности ООО «Тойота Мотор», согласно статье 1285 ГК РФ, передаются исключительные права в полном объеме, без какого либо ограничения срока, территории и способов использования. Согласно пункту 8.4 Приложения, ООО «Денцу-Смарт» не сохраняет за собой право использовать результаты интеллектуальной деятельности.

4

Согласно пункту 8.7 Приложения, ООО «Тойота Мотор» вправе обнародовать результаты интеллектуальной деятельности, т. е. совершить действия, которые впервые делают их доступными для всеобщего сведения (право на обнародование).

ООО «Денцу-Смарт» гарантирует что получило соответствующее согласие у авторов.

Таким образом, ООО «Тойота Мотор» является лицом, обладающим исключительным правом на рассматриваемый рекламный баннер, а равно единственным лицом, имеющим право осуществлять распространение такого баннера.

Как было указано выше, рассматриваемый баннер распространялся в сети «Интернет» на основании Договора 1.

В соответствии с пунктом 1.1 Договора 1, ООО «СМАРТ Комьюникейшнз» обязуется по поручению ООО «Тойота Мотор» за комиссионное вознаграждение заключать от своего имени и за счет ООО «Тойота Мотор» договоры на размещение рекламно-информационных материалов ООО «Тойота Мотор».

Согласно пункту 2.1.3 Договора 1, ООО «СМАРТ Комьюникейшнз» обязуется по заданию ООО «Тойота Мотор» в согласованные сторонами сроки оказывать медиа-услуги, связанные с размещением рекламных материалов ООО «Тойота Мотор» в СМИ.

Резюмируя изложенное, ООО «Тойота Мотор», обладая исключительными права на рекламный баннер, на основании договора предоставила такую информацию

третьим лицами, в частности ООО «СМАРТ Комьюникейшнз», для ее распространения.

На основании изложенного, установлено, что лицом, определившим содержание рассматриваемой рекламы, а равно ее рекламодателем, является ООО «Тойота Мотор».

Таким образом, ответственность за нарушение пункта 1 части 4 статьи 5 Закона о рекламе при распространении рекламы автомобиля «Toyota Land Cruiser Prado»

несет ООО «Тойота Мотор».

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 со статьей 2.4 КоАП РФ, административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Совершившие административные правонарушения в связи с выполнением организационно-распорядительных или административно-хозяйственных функций руководители и другие работники организаций несут административную ответственность как должностные лица.

В соответствии с документами, представленными ООО «Тойота Мотор» в адрес Московского УФАС России, эксперт по креативной рекламе <...> является лицом, ответственным за распространение ООО «Тойота Мотор» рекламы автомобиля

«Toyota Land Cruiser Prado», с нарушением пункта 1 части 4 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно трудовому договору № 13/14 между ООО «Тойота Мотор» и <...> От 5

01.04.2014, <...> является экспертом по креативной рекламе ООО «Тойота Мотор». Из трудового договора, а именно п. 1. следует, что <...> принимает на себя обязанности по должности Эксперт по креативной рекламе, а также согласно пп. 1 п.

1б при выполнении трудовых обязанностей обязана соблюдать действующее законодательство Российской Федерации по вопросам, входящим в сферу его компетенций.

Таким образом, эксперт по креативной рекламе ООО «Тойота Мотор» <...> является должностным лицом ООО «Тойота Мотор», ответственным за распространение ООО «Тойота Мотор» рекламы автомобиля «Toyota Land Cruiser Prado», с нарушением пункта 1 части 4 статьи 5 Закона о рекламе.

Данный факт <...> не оспаривается, подтверждается письменными пояснениями, данными в ходе составления протокола об административном правонарушении.

На основании вышеизложенного установлено нарушение <...> требований пункта 1 части 4 статьи 5 Закона о рекламе.

Вина <...> состоит в ненадлежащем исполнении своих служебных обязанностей, а именно непринятии всех зависящих от нее мер по соблюдению требований законодательства

при распространении рекламы автомобиля «Toyota Land Cruiser Prado», с нарушением пункта 1 части 4 статьи 5 Закона о рекламе. Должностным лицом Московского УФАС России не установлено объективных обстоятельств, делающих невозможным соблюдение указанных требований.

Факт нарушения законодательства РФ о рекламе должностное лицо считает установленным по мотивам, изложенным выше.

Ответственность за невыполнение требований установленных пунктом 1 части 4 статьи 5 Закона о рекламе, предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с ч. 2 ст. 4.1 КоАП РФ, при назначении административного

наказания физическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, личность виновного, его имущественное положение, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Должностным лицом Московского УФАС России не установлено обстоятельств отягчающих административную ответственность, а также обстоятельств смягчающих административную ответственность <...>

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 4 000 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 ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ назначить должностному лицу — <...>

б

административное наказание в виде административного штрафа в размере 4 000 (четыре тысячи) 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 зарегистрирована <...>, 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 770601001

БИК 044583001

р/с 40101810800000010041

КБК 161 1 16 26000 01 6000140

ОКТМО 45384000

Назначение платежа: административный штраф по делу № 4-14.3-852/77-15.

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

7

административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

Приложение на 1 листе.

8