

# ПОСТАНОВЛЕНИЕ

## об административном правонарушении

№ 08-05-17/24

29 мая 2017 года

г. Мурманск

Заместитель руководителя управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области Попова Ирина Николаевна, действующая на основании статьи 23.48 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее КоАП РФ), пункта 7 части 2 статьи 33 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.06 № 38-ФЗ (далее Закон о рекламе), рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении № 08-05-17/24, возбужденного в отношении общества с ограниченной ответственностью «Севертранс» (ОГРН 1117847191703 от 16.05.2011, ИНН 7802751011, юр адрес: 199106, г. Санкт Петербург. Площадь Морской Славы, д.1, литер-А, офис 5087, почтовый адрес: 183038, г. Мурманск, пр. Кольский, д.118),

### УСТАНОВИЛА:

17.11.2016 года в ходе мониторинга наружной рекламы Управление Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области выявило рекламу: «FORD 4x4 с выгодой до 336 000 р\*» Форд Центр Мурманск, г. Мурманск, пр. Кольский, д.118, телефон (8152) 333-033» в виде баннера на рекламной конструкции, установленной перед въездом на площадь аэровокзала в районе пгт Мурмаши, Кольского района, Мурманской области, с признаками нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Комиссия Мурманского УФАС России зафиксировала рекламу и составила акт осмотра рекламы в присутствии понятой.

В соответствии со статьей 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;

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;

товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот;

ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации;

рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;

В силу пункта 7 статьи 5 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.

Реклама: «FORD 4x4 с выгодой до 336 000 р\*» Форд Центр Мурманск, г. Мурманск, пр. Кольский, д.118, телефон (8152) 333-033» содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве, предназначена для неопределенного круга лиц(наружная баннерная реклама); формирует и поддерживает интерес к марке «Ford»(имеется логотип компании) и дилеру-«Форд Центр Мурманск» , его товарам(изображены три автомобиля марки «Ford») и предложению «выгода до 336 000 р\*»»; преследует строго заданные цели продвижение товаров марки «Ford», побуждают приобрести автомобили этой марки с выгодой по адресу г. Мурманск, пр. Кольский, д.118.

Объектами рекламирования являются:

-марка «Ford»,

-автомобили FORD ECOSPORT, FORD EXPLORER, KUGA FORD.;

-предложение «выгода до 336 000 р\*»;

-«Форд Центр Мурманск»-компания продающая автомобили марки«Ford» в Мурманске.

Согласно представленным сторонами фотографий рекламы и Акта осмотра рекламы, рекламная конструкция высотой 6 метров, снабжена осветительными приборами и размещена в зоне зеленых насаждений справа, при въезде на площадь аэровокзала, в районе пгт Мурмаши, Кольского района, Мурманской области до пропускного шлагбаума. Рекламная конструкция содержит рекламный баннер 3x6 метров с изображением автомобилей FORD ECOSPORT, FORD EXPLORER, KUGA FORD.

В левом верхнем углу баннера имеется надпись «FORD 4x4 с выгодой до 336000р\*», правый верхний угол рекламного баннера содержит логотип компании FORD, в центре рекламы изображены три автомобиля марки «FORD» различных моделей, ниже содержится информация выполненная мелким серым шрифтом из 3 строк во всю длину баннерного полотна. В самой нижней части полотна рекламы указаны наименование и адрес продавца: «Форда центр Мурманск, г. Мурманск, пр. Кольский, д.118, тел.(8152) 333003».

Именно информация выполненная мелким шрифтом и раскрывает полные неоднозначные условия приобретения автомобилей: «\*указана максимальная выгода на FORD KUGA в комплектации TREND(Тренд) 2,5л, (150л/с), АКП с учетом действующей выгоды 110000руб и бонуса в размере 226000руб по программе «утилизация»), предложение действительно с 01.09.2016 по 30.09.2016, ООО «Форд Соллерс Холдинг » оставляет за собой право вносить изменения в предложение, выгоду на автомобили MONDEO и FIESTA уточняйте дополнительно подробности на WWW.FORD.RU и у официальных дилеров, предложение ограничено и не является

публичной офертой.

Согласно Уставу ООО «Севертранс» (ОГРН 1117847191703, ИНН 7802751011) с изменениями от 20.02.2012 года и выписки из ЕГРЮЛ, Общество является юридическим лицом, зарегистрировано по адресу: 199106, г. Санкт Петербург. Площадь Морской Славы, д.1, литер-А. Исполнительным органом общества является генеральный директор <...>.

Основным видом деятельности Общества является торговля автотранспортными средствами.

Из представленных материалов следует, что ООО «Севертранс» (ОГРН 1117847191703, ИНН 7802751011) для осуществления основной деятельности заключило дилерский договор UP332 от 12.08.2015 с ООО «Форд Соллерс Холдинг» о продаже продукции бренда Ford и продвижении его на рынке.

ООО «Севертранс» (ОГРН 1117847191703, ИНН 7802751011) фактически осуществляет деятельность в г. Мурманске, пр. Кольский д.118 «Форд Центр Мурманск» (договор аренды помещения договору № 01 от 01.01.2017).

В целях продвижения продукции бренда Ford на территории Мурманской области ООО «Севертранс» (ОГРН 1117847191703, ИНН 7802751011) заключило договор с ООО «Марбель» на оказание рекламно-информационных услуг №01/16 от 11.01.2016.

Согласно условиям Договора ООО «Марбель» осуществляет подготовку, изготовление рекламно-информационного материала для ООО «Севертранс» в период действия Договора. Более детальная информация о рекламных материалах стороны согласовывают в Приложениях и Дополнительных соглашениях к Договору.

Согласно Приложениям №35, №39, №56 к Договору Исполнитель осуществлял изготовление и монтаж баннера 6х3 для Заказчика по адресу Мурманская обл., пос. Мурмаши, Аэропорт в период с 01.09.2016 по 30.11.2016 года.

Размещение всех указанных в приложениях макетов происходило после их предварительного согласования с ООО «Форд Соллерс Холдинг» на портале. А именно размещение баннера в сентябре было согласовано 01.09.2016 года, размещение в октябре - 11.10.2016, размещение в ноябре - 14.11.2016 года.

Учитывая условия дилерского Договора UP332 от 12.08.2015 с ООО «Форд Соллерс Холдинг», ответственным за размещение спорной рекламы лицом является ООО «Севертранс» (ИНН 7802751011), поскольку именно ООО «Севертранс» по смыслу Закона «О рекламе» является рекламодателем спорной рекламы, создает финальный макет, выбирает место размещения и заключает соответствующие договоры.

Содержание рекламы, форма, объекты рекламирования, место размещение рекламы были определены и утверждены ООО «Севертранс» (ОГРН 1117847191703, ИНН 7802751011), что не отрицается Обществом и подтверждается материалами дела.

ООО «Севертранс» (ОГРН 1117847191703, ИНН 7802751011) высказало свое мнение

о том, что способ и особенности размещения спорной рекламы, а именно мелкий шрифт, не затрудняют восприятие ее условий.

Ссылаясь на фотографии рекламы, Общество пояснило, что рекламный баннер, расположенный на металлической конструкции по адресу Мурманская обл., пос. Мурмаши при въезде на территорию аэропорта на автостоянке, установлен вблизи дорожных знаков. Один из которых, ограничивает скорость движения автомобилей до 20 км/ч, а второй, информирует о наличии «лежащего полицейского», что вынуждают водителей снижать скорость движения. Данные факты, по мнению Общества, в совокупности позволяют утверждать, что основными потребителями данной рекламы будут являться водители и пассажиры, совершающие остановку на автостоянке, а также водители и пассажиры, двигающиеся на небольшой скорости (в районе 20 км/ч), а значит, у таких лиц имеется возможность ознакомиться с текстом рекламного баннера беспрепятственно. Наличие стоянки около баннера говорит о том, что у заинтересованных в условиях акции лиц, есть возможность остановиться в непосредственной близости от баннера и ознакомиться с условиями.

По мнению ООО «Севертранс» в спорной рекламе отсутствуют признаки нарушения законодательства о рекламе.

В рассматриваемом рекламном тексте подтекст запланированный автором выражен невербально, но он обладает маркерами, которые сигнализируют потребителю о «нужном», то есть подтекст реализуется в таких контекстно-ситуативных условиях, которые являются предпосылками для «нужного» восприятия рекламного текста.

Анализируя рекламный текст, обратимся к статье «Текстовые деликаты или шоковые способы воздействия на потребителя в креолизованных рекламных текстах» кандидата филологических наук, доцента кафедр английского языка гуманитарного факультета Южного Федерального университета <...>, в которой даётся понятие креолизованным рекламным текстам, способам их воздействия на потребителя, а также исследует механизма формирования двусмысленности в креолизованных рекламных текстах.

Креолизованный текст — текст, фактура которого состоит из двух разнородных частей: вербальной (языковой/речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык).

К средствам креолизации вербальных текстов относятся изобразительные компоненты, соседствующие с вербальными и оказывающие существенное влияние на интерпретацию текста, а также все технические моменты оформления текста, влияющие на его смысл. Среди них: шрифт (нескольких видов и размеров), цвет, фон текста(цветной или иллюстрированный), средства орфографии, пунктуации и словообразования, иконические печатные символы (пиктограммы, идеограммы и т. п.), графическое оформление вербального текста (в виде фигуры, в столбик и т. п.).

Детальное рассмотрение рекламы показывает, что для усиления акцента, в рекламе на первый план помещены изображение трех автомобилей различных моделей марки FORD и крупно выделенным шрифтом привлекательная информация « FORD 4x4 с выгодой до 336000р\*», тем самым достигается эффект

важности и привлекательности именно этой информации.

Границы подтекста в креолизованном рекламном тексте обозримы, так как нацеленность автора на восприятие акцента потребителем достигнута.

Из преподнесенной таким образом рекламы следует, что все три марки автомобиля, изображенные в рекламе FORD ECOSPORT, FORD EXPLORER, FORD KUGA, можно приобрести «с выгодой до 336000р\*».

Однако указанное предложение действительно только для автомобиля FORD KUGA, для иных, изображенных в рекламе автомобилей, условия приобретения не описаны, предложено уточнять о скидке у официального дилера. Мелким шрифтом сообщается в рекламе, что официальный представитель ООО «Форд Соллерс Холдинг» оставляет за собой право вносить изменения в предложение.

Таким образом, только полный текст рекламы дает потребителю представление о том, что выполненные в рекламе крупным шрифтом привлекательные условия «выгода до 336000р» предусматривают и иные условия, при неукоснительном исполнении которых потребитель получит с выгодой, из предложенных в рекламе автомобилей, лишь автомобиль марки FORD KUGA и именно в комплектации (тренд). Кроме того, мелкий шрифт раскрывает, что выгода включает в себя две составляющие скидку 110000 руб. плюс бонус при участии в программе утилизация 226000 руб.

Рекламодатель подал в рекламе неотъемлемую часть существенной информации для потребителя мелким шрифтом, и поместил в нижнюю часть рекламного полотна, тем самым достигнув эффекта отсутствия информации, при этом утверждает о подаче полной информации для потребителей и соблюдении норм и требований законодательства.

Потребитель рекламы не получил из рекламы в виде баннера, размещенной 17.11.2016 на рекламной конструкции, установленной перед въездом на площадь аэровокзала в районе пгт Мурмаши, Кольского района, Мурманской области, важную для него информацию, которая была выполнена мелким не читаемым шрифтом.

Доведенная в таком виде информация не может формировать у потребителя правильное (неискаженное и относительно полное) представление о рекламируемом объекте (услуге).

При оценке рекламы, необходимо оценивать совокупность всех элементов зрительного воздействия рекламы на потребителя, учитывать их первое впечатление от рекламы и исходить из понятия рекламы, которая предназначена для распространения среди неопределенного круга лиц, в связи с чем, вся информация, включая обязательные к указанию сведения, должна быть доступна для потребителей при ознакомлении с рекламой без специальных усилий и применения специальных средств.

В связи с этим приняты во внимание пункт 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" (далее - постановление Пленума ВАС РФ N 58) в корреспонденции с

частью 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" (далее - Закон о рекламе, Закон N 38-ФЗ).

Из пункта 28 постановления Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» следует, что если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), 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.

В соответствии с частью 7 статьи 5 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.

Формальное наличие в рекламе существенной информации при ненадлежащей форме ее представления не свидетельствует о соответствии рекламы требованиям законодательства о рекламе.

С учетом способа и особенности размещения рекламы, а также свойств человеческого зрения, восприятие текста рекламы условий акции, исполненного мелким шрифтом, было затруднено, что отмечено Комиссией Мурманского УФАС России, понятой при осмотре рекламной конструкции и отражено в акте.

Потенциальными потребителями рекламы являются пешеходы, водители и пассажиры транспортных средств, которые находятся в движении, что усложняет прочтение мелкого шрифта текста условий акции в короткий промежуток времени.

Конструкция, на которой размещена реклама, находится на высоте 6 метров от земли и в зоне зеленых насаждений, что также затрудняет прочтение мелкого шрифта, выполненного серыми буквами в рекламе.

Привлекательная информация « FORD 4x4 с выгодой до 336000р\*» выполнена крупным шрифтом в 10 раз превышающим мелкий шрифт в этой же рекламе.

Акт осмотра рекламы и фото рекламной конструкции, доказывает, что мелкий текст рекламы был нечитабелен, даже в дневное время суток, находясь вблизи рекламы по стороне её размещения. Предположительно, что в сумеречные часы, такой мелкий текст будет не доступен для восприятия потребителей вовсе.

Утверждение рекламодателя ООО «Севертранс» (ОГРН 1117847191703, ИНН 7802751011) о том, что реклама соответствует в полном объеме рекламному законодательству, не соответствует действительности, поскольку доведенная в таком виде информация не может формировать у потребителя правильное (неискаженное и относительно полное) представление о рекламируемом объекте (услуге).

Существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированная у потребителя такой рекламой.

Рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара, при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу полных сведений и условий приобретения товара.

Мурманское УФАС России 26.04.2017, признало рекламу «FORD 4x4 с выгодой до 336 000 р\*» Форд Центр Мурманск, г. Мурманск, пр. Кольский, д.118, телефон (8152) 333-033» ... далее идет мелкий шрифт», размещенную ООО «Севертранс» (ОГРН 1117847191703, ИНН 7802751011) 17.11.2016г на рекламной конструкции, установленной перед въездом на площадь аэровокзала в районе пгт Мурмаши, Кольского района, Мурманской области, ненадлежащей, не отвечающей требованиям части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии со статьей 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение части 7 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ несет рекламодатель – общество с ограниченной ответственностью «Севертранс» (торговое наименование «Форд Центр Мурманск», ОГРН 1117847191703 от 16.05.2011, ИНН 7802751011, юр адрес:199106, г. Санкт Петербург. Площадь Морской Славы, д.1, литер-А, офис 5087, почтовый адрес: 183038, г. Мурманск, пр. Кольский, д.118).

Лицо, определившее содержание рекламы, и имеющее интерес к продвижению товаров и услуг бренда «FORD», является ООО «Севертранс» (торговое наименование «Форд Центр Мурманск», ОГРН 1117847191703 от 16.05.2011, ИНН 7802751011), которое арендует по договору №1 от 01.01.2017 помещение по адресу: г. Мурманск, пр. Кольский, д.118, указанному в рекламе.

Место совершения административного правонарушения: Российская Федерация, пгт Мурмаши, Кольского района, Мурманской области, площадь аэровокзала.

Время совершения административного правонарушения: дата размещения рекламы - 17.11.2016.

Объект данного административного правонарушения: общественные отношения, возникающие в связи необходимостью соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Ответственность за данное правонарушение предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП).

Санкцией за данное административное правонарушение является наложение административного штрафа на юридических лиц – от ста тысяч до пятисот тысяч

рублей.

Вина ООО «Севертранс» заключается в том, что иницируя размещение рекламы, Общество не приняло всех мер, и разместило рекламу с нарушением рекламного законодательства, при этом имея условия для соблюдения требований Закона о рекламе.

ООО «Севертранс» письменно просит учесть, что является субъектом среднего предпринимательства, нарушило рекламное законодательство впервые по неосторожности и устранило правонарушение до составления протокола.

Согласно Единому реестру субъектов малого и среднего предпринимательства, размещенного в сети Интернет <https://rmsp.nalog.ru/search.html>, ООО «Севертранс» (ОГРН 1117847191703 от 16.05.2011, ИНН 7802751011, юр адрес:199106, г. Санкт Петербург. Площадь Морской Славы, д.1, литер-А, офис 5087, почтовый адрес: 183038, г. Мурманск, пр. Кольский, д.118) является малым предприятием.

Согласно части 1 статьи 4.1.1. КоАП РФ лицам, являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства, 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.

В соответствии с пунктами 1 и 2 статьи 3.4 КоАП РФ предупреждение - мера административного наказания, выраженная в официальном порицании физического или юридического лица. Предупреждение выносится в письменной форме.

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.

ООО «Севертранс» в течение 2016 и первой половине 2017 годов не привлекался к ответственности по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ, т.е. впервые совершило нарушение рекламного законодательства.

При назначении административного наказания должностным лицом учтены фактические обстоятельства дела, отсутствие отягчающих и наличие смягчающих ответственность обстоятельств - своевременное устранение правонарушения.

С учётом приведённых обстоятельств, должностное лицо считает возможным, за впервые совершенное административное правонарушение, применение части 1 статьи 4.1.1. КоАП РФ в отношении ООО «Севертранс», т.е. заменить административное наказание в виде административного штрафа на предупреждение.

Общество уведомлено о рассмотрении дела надлежащим образом, на рассмотрении присутствовал представитель Общества <...> по доверенности б/н от 09.01.2017г.

В соответствии с частью 1 статьи 25.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях лицо, в отношении которого ведётся производство по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

С учётом приведённых обстоятельств, руководствуясь статьями 4.2, 4.3, 4.1.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

#### ПОСТАНОВИЛ

1. Признать виновным ООО «Севертранс » (ОГРН 1117847191703 от 16.05.2011, ИНН 7802751011, юр адрес:199106, г. Санкт Петербург. Площадь Морской Славы, д.1, литер-А, офис 5087, почтовый адрес: 183038, г. Мурманск, пр. Кольский, д.118) в совершении нарушения требования части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

2.В соответствии с частью 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ заменить административное наказание в виде административного штрафа, объявив ООО «Севертранс» предупреждение.

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.

В соответствии с пунктом 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Жалоба на постановление по делу об административном правонарушении подаётся в суд в порядке, предусмотренном главой 30 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Заместитель руководителя управления

Попова И.Н.