

РЕШЕНИЕ по делу № 08-101/2014 в отношении ООО «Автодорстрой»

Исх. от 11.12.2014 г. № РБ-08/19237

Резолютивная часть решения оглашена «2» декабря 2014 г.

В полном объеме решение изготовлено «10» декабря 2014 г.

Комиссия Татарстанского УФАС России по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства в составе:

<...>,

рассмотрев дело № 08-101/2014 по признакам нарушения ООО «Автодорстрой» (423887, РТ, Тукаевский район, дер. Малая Шильна, ул. Центральная, д. 4а; ИНН 1639028805) пункта 2 части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»,

в присутствии представителя ООО «Автодорстрой» <...>,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее - Управление) поступило обращение гражданина на действия ООО «Автодорстрой», выразившиеся во введении в заблуждение в отношении производителя товара. В частности, 28.06.2013 года заявитель воспользовался услугами на АЗС с вывеской «Лукойл», однако, впоследствии обнаружил на чеке наименование организации ООО «Автодорстрой», что по мнению заявителя образует признаки нарушения антимонопольного законодательства и является актом недобросовестной конкуренции.

С целью проверки фактов, изложенных в обращении, Управлением был направлен запрос о представлении информации в адрес ООО «Автодорстрой» (исх. № ДМ-08/13398 от 24.10.2013 г.). В ответ на указанный запрос ООО «Автодорстрой» (далее - общество) были представлены информация и документы, исходя из которых, общество использует товарные знаки и фирменный стиль ОАО «Лукойл» на пяти автозаправочных станциях на основании договора коммерческой субконцессии <...> (далее - договор) согласно которому:

<...>

Статья 1032 Гражданского кодекса Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (далее – ГК РФ) закрепляет основные обязанности пользователя по договору коммерческой концессии, в частности, с учетом характера и

особенностей деятельности по договору коммерческой концессии пользователь обязан информировать покупателей (заказчиков) наиболее очевидным для них способом о том, что он использует коммерческое обозначение, товарный знак, знак обслуживания или иное средство индивидуализации в силу договора коммерческой концессии.

Однако, ввиду того, что АЗС выполнена в строгом соответствии с фирменным стилем ОАО «Лукойл» (используются основные образующие цвета компании – белый и красный, товарные знаки, форма работников и т.д.) заявителю стало известно о том, что услугу ему оказывает ООО «Автодорстрой» только после того, как ему был выдан чек, Управлением сделан вывод о наличии в действиях ООО «Автодорстрой» признаков нарушения пункта 2 части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006 «О защите конкуренции» № 135-ФЗ, выразившихся во введении в заблуждение в отношении производителя товара, что послужило основанием для возбуждения дела в отношении ООО «Автодорстрой».

В ходе рассмотрения дела Комиссией установлено, что ООО «Автодорстрой» доводит информацию о том, что его заправки осуществляют деятельность под брендом «Лукойл» путем размещения информации на уголке потребителя, на вывеске с указанием графика работы, а также на выдаваемом потребителю чеке.

Обществом были представлены акты осмотра пяти АЗС, на которых общество осуществляет свою деятельность по договору коммерческой субконцессии:

- акт обследования № 2674 от 09.04.2014 г. стенда «Уголок потребителя» на АЗС № 50, расположенной по адресу: РТ, г. Елабуга, Окружное шоссе, д. 15, проведенный врачом по общей гигиене, (должностным лицом) ФБУЗ «Центр гигиены и эпидемиологии в Республике Татарстан в Елабужском районе и г. Елабуга» <...>, в присутствии мастера АЗС <...> (должностного лица);
- акт осмотра от 07.04.2014 г. стенда «Уголок потребителя» на АЗС № 37, расположенной по адресу: РТ, г. Заинск, ул. Г.Тавлина, 34, составленный мастером-менеджером АЗС (должностным лицом) <...>, (должностным лицом) отдела МВД России по Заинскому району РТ <...>, клиентом АЗС <...>;
- акт проверки № 1561/24 от 14.04.2014 г., проведенный в отношении ООО «Автодорстрой» по адресу РТ, г. Набережные Челны, пр-т Казанский, д. 253, офис ООО «Автодорстрой»; Набережнечелнинский проспект 66, АЗС № 55, составленный территориальным отделом Управления Роспотребнадзора Республики Татарстан в г. Набережные Челны;
- акт осмотра от 08.04.2014 г. стенда «Уголок потребителя» на АЗС № 53, расположенной по адресу: РТ, г. Альметьевск, ул. Советская, д. 186 б, составленный мастером-менеджером АЗС <...> (должностным лицом), (должностным лицом) отдела МВД России по Альметьевскому району РТ <...>, клиентом АЗС <...>;
- акт осмотра от 01.04.2014 г. стенда «Уголок потребителя» на АЗС № 58, расположенной по адресу: РТ, Лаишевский район, 41 км а/д Казань-Оренбург, составленный мастером АЗС <...> (должностным лицом), (должностным лицом) ООО «Автодорстрой» <...>, (должностным лицом) Правления Торгово-промышленной палаты РТ <...>.

Так, в соответствии с данными названных актов, вывески с указанием режима работы и номером АЗС выполнены в том же стиле, что и сама заправочная станция, использованы основные образующие цвета компании «Лукойл» - белый и красный (в соответствии с Рекомендациями по использованию фирменного стиля ОАО «Лукойл»), что делает наименования «ООО «АДС» или «ООО «Автодорстрой», составляющих в среднем всего лишь 3% от общей площади вывески, [\(1\)](#) незаметными для внимания потребителя. Кроме того, следует отметить, что в соответствии со статьями 8, 10 Закона Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (далее – Закон «О защите прав потребителей»), потребители обладают правом на своевременное получение необходимой и достоверной информации о товаре. Из смысла указанных норм вытекает, что продавец обязан предоставить данную информацию в месте реализации товара при заключении договора купли-продажи.

С учетом изложенного, размещение на вывеске с указанием режима работы, а также на уголке потребителя сведений о продавце товара (наименование юридического лица, оказывающего услугу) является действиями, направленными на выполнение требований статей 8, 10 Закона «О защите прав потребителей», и не может рассматриваться антимонопольным органом как действия, направленные на доведение до потребителя наиболее очевидным способом информации о том, что он использует товарный знак в силу договора коммерческой субконцессии.

Что касается размещения наименования организации на чеке, то в соответствии с требованиями пункта 4 Положения по применению контрольно-кассовых машин при осуществлении денежных расчетов с населением, утвержденного Постановлением Правительства РФ от 30.07.1993 № 745: организация, осуществляющая денежные расчеты с населением с применением контрольно-кассовых машин, обязана выдавать покупателям (клиентам) чек или вкладной (подкладной) документ, напечатанный контрольно-кассовой машиной. На выдаваемом покупателям (клиентам) чеке или вкладном (подкладном) документе должны отражаться соответствующие реквизиты, в частности, наименование организации, из чего следует, что указание на чеке наименования ООО «Автодорстрой» является обязательным требованием и не может рассматриваться как действие, непосредственно направленное именно на доведение информации о наличии договора коммерческой субконцессии до потребителя.

Таким образом, размещение информации о лице, оказывающем услугу, на уголке потребителя, на вывеске с указанием графика работы, а также на выдаваемом потребителю чеке, является обязанностью этого лица, и не может являться действиями, направленными на соблюдение требований статьи 1032 ГК РФ, и, как следствие, пункта 2 части 1 статьи 14 Федерального закона «О защите конкуренции».

Кроме того, представитель ООО «Автодорстрой» <...> на заседании Комиссии 30.09.2014 г. пояснил, что общество не имеет возможности каким-либо иным образом доводить до потребителя информацию о наличии договора коммерческой субконцессии в силу <...> договора.

Указанные пункты договора предусматривают <...>. Однако, размещение информационных табло на территории АЗС с указанием наименования юридического лица, оказывающего услугу, в соответствии с пунктом 3 Письма ФАС

России от 28.11.2013 № АК/47658/13 «О квалификации конструкций в качестве рекламных или информационных» соответствует требованиям законодательства, предъявляемым к вывескам, и рекламой не является.

Более того, в соответствии с Рекомендациями по использованию фирменного стиля (далее - Рекомендации), <...>, что свидетельствует о том, что договор не содержит запрета на использование ООО «Автодорстрой» своего собственного фирменного наименования.

Также, представитель ООО «Автодорстрой» сослался на пункт <...> договора, закрепляющий обязанность общества <...>, однако, в ходе заседания Комиссии представитель ООО «Лукойл-Уралнефтепродукт» пояснил, что Рекомендации носят рекомендательный характер, и ООО «Автодорстрой» могло бы использовать свой товарный знак по согласованию с ООО «Лукойл-Уралнефтепродукт».

Следует отметить, что потребитель выбирает АЗК именно по внешнему оформлению: цветовая гамма, информация, размещенная на световых табло, щитах и иных технических средствах на территории АЗК и подъездных путях к территории АЗК. Размещенная на вывеске с указанием режима работы и на уголке потребителя информация о продавце услуг доступна потребителю уже после того, как он въехал на территорию АЗК, вышел из своего автомобиля, вставил пистолет в бензобак и прошел к оператору-кассиру для оплаты оказываемой услуги, и уже только после оплаты на выданном чеке потребитель имеет возможность увидеть информацию о фирменном наименовании лица, услугами которого он воспользовался, что свидетельствует о том, что способы доведения информации до потребителя о наличии договора коммерческой субконцессии, используемые ООО «Автодорстрой» - элементы внутреннего оформления АЗК, к тому же направленные соблюдение требований иных норм российского законодательства, и не являются наиболее очевидным способом.

Таким образом, ООО «Автодорстрой», имея возможность доведения до потребителя информации об использовании товарных знаков и фирменного стиля ОАО «Лукойл» в силу договора коммерческой субконцессии, проигнорировало требования статьи 1032 ГК РФ, что привело к нарушению требований пункта 2 части 1 статьи 14 Федерального закона «О защите конкуренции».

Ещё одной обязанностью пользователя по договору коммерческой концессии в соответствии с требованиями статьи 1032 ГК РФ, с учетом характера и особенностей деятельности, осуществляемой пользователем по договору коммерческой концессии, является обязанность пользователя оказывать покупателям (заказчикам) все дополнительные услуги, на которые они могли бы рассчитывать, приобретая (заказывая) товар (работу, услугу) непосредственно у правообладателя.

Так, Комиссией установлено, что в рамках Программы поощрения клиентов «Лукойл» (далее - Программа), которая внедрена на всех АЗС организаций группы «Лукойл» на территории Российской Федерации, владелец топливной карты ООО «Лукойл-Интер-Кард» (далее - карта «Ликард») имеет право на получение скидки в размере 1,00 рубль (1 Балл = 1,00 рубль, предоставляется за каждые 50 рублей, потраченные участником на приобретение товара в торговой точке).

Однако, на АЗС ООО «Автодорстрой», оказывающей услуги под брендом

«Лукойл», владелец карты «Ликард» не может воспользоваться Баллами в связи с тем, что согласно пункту 1 соглашения об установлении цены на нефтепродукты от 01.07.2013 г., являющимся приложением к договору №13/0194 от 1.07.2013 г., заключенному между ООО «Лукойл-Интер-Кард» и ООО «Автодорстрой», цена нефтепродуктов и услуг, оказываемых по договору, устанавливается на три процента меньше цены, установленной на эти нефтепродукты и услуги, оказываемые ООО «Автодорстрой» при оплате за наличный расчет. То есть владельцу карты «Ликард» на АЗС «Автодорстрой» может быть предоставлена только скидка в размере 3%, а также отсутствует возможность воспользоваться Баллами.

При этом, в соответствии с письменными пояснениями ООО «Лукойл-Интер-Кард» по данному факту, Комиссией установлено, что в рамках Программы поощрения клиентов «Лукойл» партнером может являться любое юридическое лицо, заключившее с ООО «Лукойл-Интер-Кард» соглашение о присоединении к Программе при условии соответствия требованиям Программы, а также иметь техническую возможность реализовывать товары в соответствии с условиями Программы.

Таким образом, из анализа вышеприведенных условий использования топливных карт «Ликард» на АЗС ООО «Автодорстрой» и на любой АЗС организаций группы «Лукойл» следует, что ООО «Автодорстрой» не исполняет обязанность оказания покупателям всех дополнительных услуг, на которые они могли бы рассчитывать, приобретая услугу непосредственно у правообладателя, несмотря на потенциальную возможность исполнения такой обязанности путем присоединения к Программе поощрения клиентов «Лукойл», что нарушает требования статьи 1032 ГК РФ, и, как следствие, пункта 2 части 1 статьи 14 Федерального закона «О защите конкуренции».

Что касается требований о производителе товара, то договор закрепляет основное правило: <...>.

Так, за период 2013-2014 гг. ООО «Автодорстрой» осуществил закупки моторного топлива у Поставщиков третьих лиц в четырех случаях. Закуп у третьих лиц производился по причине временного отсутствия топлива на нефтебазах ООО «Лукойл-Уралнефтепродукт», в материалах дела имеются письма-согласования, в соответствии с которыми за указанный период ООО «Автодорстрой» приобрел в целях реализации на своих АЗС, работающих под брендом «Лукойл», автомобильное топливо производства ОАО АНК «Башнефть» в количестве: 60 тонн дизельного топлива, 30 тонн Регуляр-92, 80 тонн Премиум Евро-95.

Для определения приблизительного количества потребителей, которые приобрели автомобильное топливо производства ОАО АНК «Башнефть», а не как предполагалось, ОАО «Лукойл» (), можно привести следующий расчет:

Дизельное топливо (60 тонн) используется зачастую для заправки грузовых автомобилей, наиболее распространенным из них в Российской Федерации является «Камаз» различных модификаций, максимальный объем топливного бака которого ориентировочно составляет 600 л.

Также, дизельное топливо может быть использовано и для заправки легкового автомобиля, минимальный объем топливного бака которого ориентировочно

составляет 50 л.

Плотность дизельного топлива () приблизительно равна $0,86 \text{ г/см}^3$, $1 \text{ л} = 1000 \text{ см}^3$, для расчета массы дизельного топлива использована формула: . Так, масса одного литра дизельного топлива равна $0,86 \text{ кг}$ (далее -).

Учитывая количество приобретенного ООО «Автодорстрой» у ОАО АНК «Башнефть» количества дизельного топлива (60 т), можно рассчитать его объем: $69767,4419 \text{ л}$.

Полученные значения позволяют определить максимальное и минимальное количество машин, которые могли быть заправлены указанным топливом при заправке «до полного бака», а соответственно и искомое количество потребителей, исходя из отношения объема реализованного дизельного топлива к объему топливного бака: 116 ⁽²⁾ и 1395 ⁽³⁾.

Использованный метод расчета можно применить к закупкам Регуляр 92 и Премиум Евро-95. Учитывая, что средний объем топливного бака - 60 л, плотность бензина - $0,71 \text{ г/см}^3$, то количество потребителей: 2582 .

Следует отметить, что ООО «Автодорстрой» о закупке и реализации топлива ОАО АНК «Башнефть» потребителю не сообщает, таким образом, неосведомленный о данном факте покупатель, воспользовавшись и оплатив оказанную услугу, уверен в том, что он заправился топливом, произведенным именно ОАО «Лукойл». Однако, для многих покупателей выбор заправок «Лукойл» определен именно производителем топлива, многолетнее существование которого на рынке и приобретенный опыт завоевали доверие потребителей, для многих АЗС «Лукойл» являются гарантом качества приобретаемого продукта, потребитель, остановивший свой выбор именно на АЗС «Лукойл» уверен в производителе топлива, в соответствии цены и качества, надежности и добросовестности оказанной услуги.

Таким образом, действия ООО «Автодорстрой» по реализации топлива ОАО НК «Башнефть» без уведомления потребителей об этом, нарушают пункт 2 части 1 статьи 14 Федерального закона «О защите конкуренции»: введение в заблуждение в отношении производителя товара.

Комиссия полагает, что намеренное умалчивание информации о том, что автомобильное топливо не является произведенным ОАО «Лукойл», а другим производителем, в рассматриваемом случае ОАО АНК «Башнефть», приводит общественность в заблуждение.

Антимонопольное законодательство Российской Федерации основывается на Конституции Российской Федерации, Гражданском кодексе Российской Федерации и состоит из Федерального закона «О защите конкуренции», иных федеральных законов, регулирующих отношения, указанные в статье 3 Федерального закона «О защите конкуренции», которые, в том числе, могут регулироваться постановлениями Правительства Российской Федерации, нормативными правовыми актами федерального антимонопольного органа в случаях, предусмотренных антимонопольным законодательством. Также, если международным договором Российской Федерации установлены иные правила, чем те, которые предусмотрены настоящим Федеральным законом, применяются правила международного договора Российской Федерации.

Так, в соответствии со статьей 10.bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности, заключенной в Париже 20.03.1883 г. (СССР подписал Конвенцию 12.10.1967 г.) актом недобросовестной конкуренции считается всякий акт конкуренции, противоречащий честным обычаям в промышленных и торговых делах. В частности, подлежат запрету указания или утверждения, использование которых при осуществлении коммерческой деятельности может ввести общественность в заблуждение относительно характера, способа изготовления, свойств, пригодности к применению или количества товаров.

Комиссия полагает, что использование по договору коммерческой субконцессии товарного знака ОАО «Лукойл» и осуществление деятельности под брендом «Лукойл», в частности использование в оформлении АЗС фирменного стиля и отсутствие информации о том, что деятельность осуществляется именно по договору коммерческой субконцессии кроме как на уголке потребителя, кассовом чеке, а также на вывеске, выполненной в полном соответствии фирменному стилю ОАО «Лукойл», и к тому же умалчивание информации о том, что автомобильное топливо не является произведенным ОАО «Лукойл», а другим производителем (в рассматриваемом случае ОАО АНК «Башнефть») неизбежно приводит общественность в заблуждение, следствием чего является поступление обращений граждан в государственные органы на действия ООО «Автодорстрой», что противоречит требованиям указанной статьи 10.bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности.

В целях получения сведений о заинтересованности общественности в рассматриваемой ситуации, в рамках рассмотрения дела № 08-101/2014 на официальном сайте Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан 26.11.2014 г. был размещен пресс-релиз с кратким описанием существа дела, что послужило основанием для возбуждения дела, а также опрос потребителей: «заправились бы вы на автозаправочной станции с вывеской «ЛУКОЙЛ», зная, что услугу вам оказывает другая организация?». По состоянию на дату оглашения резюльтивной части решения голоса распределились следующим образом: «Да, я бы всё равно заправился» - 11,6%, 42 голоса); «Нет, предпочитаю заправляться на фирменных АЗС «ЛУКОЙЛ» - 87,3%, 316 голосов (4), из чего следует, что для большинства потребителей информация о лице, непосредственно оказывающем услуги является существенной и влияющей на осуществление выбора продавца.

Основываясь на установленных при рассмотрении дела обстоятельствах и представленных в материалы дела доказательствах, Комиссия пришла к выводу о наличии в действиях ООО «Автодорстрой» акта недобросовестной конкуренции, то есть действия направлены на привлечение покупателей к оказываемым услугам за счет использования гудвилла ОАО «Лукойл», Комиссия также признает, что общество использует товарные знаки и фирменный стиль ОАО «Лукойл» по договору коммерческой субконцессии, однако действия ООО «Автодорстрой» противоречат законодательству Российской Федерации, а именно статье 10.bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности, статье 1032 ГК РФ, пункта 2 части 1 статьи 14 Федерального закона «О защите конкуренции», а также требованиям добросовестности, разумности и справедливости, поскольку являются «хитрой» конкуренцией, представляющей собой использование коммерческой ценности средств индивидуализации другого хозяйствующего субъекта и его деловой репутации в целях привлечения спроса к вводимым в

оборот товарам и (или) оказываемым услугам.

В соответствии с пунктом 9 статьи 4 Федерального закона «О защите конкуренции» недобросовестная конкуренция – любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам – конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации.

В соответствии с пунктом 2 части 1 статьи 14 Федерального закона «О защите конкуренции» не допускается недобросовестная конкуренция, в том числе введение в заблуждение в отношении производителя товара.

Таким образом, информирование покупателей не наиболее очевидным для них способом о том, что ООО «Автодорстрой» использует товарные знаки и фирменный стиль ОАО «Лукойл» в силу договора коммерческой субконцессии, неоказание покупателям всех дополнительных услуг, на которые они могли бы рассчитывать, приобретая товар непосредственно у правообладателя, в частности отсутствие возможности у покупателя воспользоваться Баллами, предусмотренными программой поощрения клиентов «Лукойл» с помощью топливной карты «Ликард», а также реализация ООО «Автодорстрой» на АЗС, работающих под брендом «Лукойл» по договору коммерческой субконцессии, моторного топлива производства ОАО АНК «Башнефть», является нарушением пункта 2 части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

Руководствуясь частью 1 статьи 14, статьей 23, частью 1 статьи 39, частями 1 – 4 статьи 41, статьей 48, частью 1 статьи 49 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать действия ООО «Автодорстрой» (423887, РТ, Тукаевский район, дер. Малая Шильна, ул. Центральная, д. 4а; ИНН 1639028805) актом недобросовестной конкуренции, запрещенным пунктом 2 части 1 статьи 14 Федерального закона «О защите конкуренции», выразившемся во введении в заблуждение потребителей автомобильного топлива в отношении производителя автомобильного топлива.

2. Выдать ООО «Автодорстрой» предписание о прекращении нарушения пункта 2 части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу УФАС по РТ для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.33 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

4. Основания для принятия иных мер по пресечению и (или) устранению

последствий нарушения антимонопольного законодательства отсутствуют.

<...>

Решение может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня его принятия в арбитражный суд.

Примечание. За невыполнение в установленный срок законного решения антимонопольного органа статьей 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

(1) Расчет произведен должностным лицом Управления на основании представленного ООО «Автодорстрой» в материалы дела акта проверки № 1561/24 от 14.04.2014 г., составленного территориальным отделом Управления Роспотребнадзора Республики Татарстан в г. Набережные Челны; замеры - с использованием миллиметровой линейки; расчет соотношения площадей вывески и наименования произведен по формуле $\frac{S_{\text{наименования}}}{S_{\text{вывески}}}$, где $S_{\text{вывески}}$ – общая площадь вывески (фигура - прямоугольник), $S_{\text{наименования}}$ – площадь наименования (фигура - прямоугольник); расчет площадей произведен по формуле $S = a \cdot b$, где a – ширина, b – длина. Учитывая, что вывеска имеет прямоугольную форму, а снимок выполнен снизу вверх, изображение фактически является трапецией, для упрощения произведения расчета соотношения площадей используется среднее значение ширины ($a_{\text{ср}}$), величина которой найдена путем расчета среднего геометрического между верхним и нижним основанием трапеции ($a_{\text{ср}} = \sqrt{a_1 \cdot a_2}$). Так, если a_1 – верхнее основание (10,7см), a_2 – нижнее основание (11,7см), то $a_{\text{ср}} = 11,1888337194$ см, и длины – 15,3см, площадь вывески - 171.189155907 см², ширина и длина наименования – 6см и 0,8см соответственно, площадь наименования – 4,8 см². с учетом указанных значений равен 2.80391592246%, при использовании метода округления к ближайшему целому, искомое значение равно 3%.

(2) 116,27907 – точное значение, использован метод округления к ближайшему целому.

(3) 1395,34884 – точное значение, использован метод округления к ближайшему целому.

(4) Пресс-релиз размещен в телекоммуникационной сети «Интернет» на официальном сайте УФАС РТ по адресной ссылке: <http://fasrt.ru/novosti/18903-opros-potrebiteljev-zapravilis-by-vy-na-avtozapravochnoj-stantsii-s-vyveskoj-lukojl-znaya-chto-uslugu-vam-okazyvaet-drugaya-organizatsiya>, пресс-релиз содержит активную ссылку непосредственно на опрос потребителей.