

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания по делу  
об административном правонарушении № 4-14.3-868/77-15  
«31» августа 2015 года г. Москва

Я, <...>, рассмотрев протокол от 18.08.2015 и материалы дела об административном правонарушении № 4-14.3-868/77-15, возбужденного в отношении ООО «Госселайн логистикс», в связи с нарушением пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), при распространении рекламы «Gerolsteiner» на странице 7 журнала GEO («ГЕО») октябрь 2014, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской

Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ), в присутствии представителя ООО «Госселайн логистикс» <...>, УСТАНОВИЛ:

ООО «Госселайн логистикс» (адрес местонахождения: 123007, г. Москва, ул. 3-я Магистральная, д. 18, стр. 14) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, зарегистрировано и включено в Единый государственный реестр юридических лиц 20.06.2011 за основным государственным регистрационным номером 1117746475461, ИНН 7714843055, КПП 771401001.

ООО «Госселайн логистикс» распространило рекламу «Gerolsteiner» на странице 7 журнала GEO («ГЕО») октябрь 2014.

Решением Комиссии Московского УФАС России от 30.06.2015 по делу № 3-5-45/77-15 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в действиях ООО «Госселайн логистикс» при распространении рекламы «Gerolsteiner» на странице 7 журнала GEO («ГЕО») октябрь 2014, установлен факт нарушения пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившийся в распространении рекламы, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, а также не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами. 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.

Рассматриваемая публикация содержит индивидуализирующие товар и

хозяйствующий субъект сведения: обозначение «Gerolsteiner», адреса сайтов в сети «Интернет» ([www.gerolsteiner.ru](http://www.gerolsteiner.ru), [www.mineral-calculator.com](http://www.mineral-calculator.com)), крупное графическое изображение товара, а также информацию о происхождении, составе и свойствах минеральной воды «Gerolsteiner».

Информация размещалась в периодическом печатном издании GEO («ГЕО»), 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.

Таким образом, рассматриваемая информация, отвечает всем законодательно установленным признакам рекламы, а именно: содержит объект рекламирования (минеральная вода «Gerolsteiner»), распространялась неопределенному кругу лиц, и 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 факт также подтверждается пометкой «реклама», размещенной на рассматриваемых материалах.

В соответствии пунктом 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. Реклама «Gerolsteiner» не содержит прямого сравнения с конкретными компаниями, реализующими аналогичный ООО «Госслайн логистикс» товар. Между тем, используемое в рекламе утверждение «№ 1 в мире среди

газированных минеральных вод» позволяет сделать вывод о том, что в рассматриваемом случае сравнение производится со всеми участниками рынка. Под некорректным сравнением понимается сравнение, построенное с использованием неправильных логических операций таким образом, что его достоверность объективно не может быть ни подтверждена, ни опровергнута. Например, некорректным может быть признано сравнение, которое основано на несопоставимых фактах, когда создается общее вводящее в заблуждение впечатление, при сравнении необъективных характеристик. В частности, такое сравнение имеет место тогда, когда делается вывод о сходстве либо превосходстве одного товара над другим, однако конкретные характеристики сравниваемых товаров не упоминаются.

Согласно пункту 9 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», необходимо учитывать, что при сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускаются сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства.

Понятие «несопоставимый» употребляется для обозначения двух

переменных, не имеющих никакого общего измерения или стандарта сравнения. Рассматриваемая реклама содержит фразу «№ 1 в мире среди газированных минеральных вод», при этом, в ней отсутствует указание на конкретный критерий, по которому возможно осуществить такое сравнение и который может быть подтвержден или опровергнут объективными данными. Таким образом, приведенное в спорной рекламе сравнение по своей форме некорректно, а сравниваемые параметры несопоставимы и не могут быть объективно проверены.

На основании изложенного, установлен факт нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе, при распространении рассматриваемой рекламы. В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно пункту 29 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», 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 связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики

3

объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

В рассматриваемой рекламе, содержащей фразу «№ 1 в мире среди газированных минеральных вод», отсутствует критерий по которому происходило сравнение, а следовательно распространенные сведения не могут быть объективно подтверждены.

Между тем, ООО «Госселайн логистикс» в подтверждение достоверности, изложенных в рекламе сведений в материалы дела № 3-5-45/77-15 представлены исследования, проведенные компанией «Canadean Ltd», а именно мировая статистика за 2013 г. по объему продаж минеральной воды в тысячах литров.

Согласно данным указанного рейтинга, по общему обороту газированной и негазированной воды компания «Герольштайнер» занимает лидирующую позицию в мире. Исследование иных характеристик минеральной воды не производилось.

В данном исследовании сравнение минеральной воды «Gerolsteiner» проводилось с такими марками как «Перье» (Франция), «Сан Пеллегрино» (Италия), Феррареле (Италия), Лете (Италия), Уливето (Италия).

В исследовании, проведенном компанией «Canadean Ltd», сравнение производилось только с некоторыми брендами минеральной воды, выбранными

из всего количества производителей минеральных вод всех стран. При этом представляется очевидным, что в рассматриваемом случае сравнение осуществлялось по показателю, не являющемуся существенным для потребителя при выборе товара.

Учитывая изложенное, достоверность фразы «№ 1 в мире среди газированных минеральных вод» не подтверждается, в том числе и по показателю общего объема оборота товара на рынке.

Иных доказательств, свидетельствующих о достоверности фразы «№ 1 в мире среди газированных минеральных вод» ООО «Госселайн логистикс» не представлено. Кроме того, даже имеющиеся у Общества сведения не указаны в рекламе.

На основании изложенного, установлен факт нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, при распространении рекламы «Gerolsteiner». В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, является ненадлежащей.

4

Таким образом, реклама «Gerolsteiner», размещенная на странице 7 журнала GEO («ГЕО») октябрь 2014 с нарушением пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, является ненадлежащей.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и

(или) содержание рекламы лицо.

Установлено, что рассматриваемая реклама была распространена на основании договора № А0869 от 08.08.2014 (далее - Договор 1), заключенного между ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» и ООО «Госселайн логистикс».

Согласно пункту 2.1 Договора 1, ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» за вознаграждение оказывает услуги по размещению рекламы, предоставляемой ООО «Госселайн логистикс» в журнале GEO («ГЕО») в порядке и на условиях, согласованных сторонами в договоре и соответствующих приложениях к нему. Согласно пункту 3.2.1 Договора 1 ООО «Госселайн логистикс» обязуется предоставить ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» оригинал-макет рекламы, планируемой к размещению.

На основании изложенного, должностное лицо Московского УФАС России приходит к выводу о том, что лицом определившим содержание рассматриваемой рекламы, а равно ее рекламодателем, является ООО «Госселайн логистикс».

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

Таким образом, ответственность за нарушение пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе в рекламе «Gerolsteiner» несет ООО «Госселайн логистикс».

Местом совершения административного правонарушения является территория распространения журнала GEO («ГЕО»), в том числе город Москва.

Время совершения административного правонарушения — 20.10.2014 (дата выхода в свет журнала GEO («ГЕО») октябрь 2014).

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 с частью 2 статьи 2.1 КоАП РФ, юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых КоАП РФ или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению. Вина ООО «Госселайн логистикс» состоит в распространении рекламы «Gerolsteiner» на странице 7 журнала GEO («ГЕО») октябрь 2014 с нарушением требований пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о

рекламе. Должностным лицом Московского УФАС России не установлено объективных обстоятельств, делающих невозможным соблюдение указанных требований.

Ответственность за невыполнение требований, установленных пунктом 1 части 2 статьи 5, пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

ООО «Госселайн логистикс» в материалы дела № 4-14.3-868/77-15 представлены письменные пояснения, в которых Общество просит производство по делу прекратить. В обоснование ходатайства о прекращении производства по делу ООО «Госселайн логистикс» приведены следующие доводы: предписание, выданное по делу № 3-5-45/77-15 Обществом исполнено, распространение рекламы с нарушением п. 1 ч. 2 ст. 5, п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе прекращено; спорная реклама была размещена Обществом только в одном номере журнала GEO («ГЕО»), в связи с чем, вменяемое правонарушение носило разовый характер; ссылка Комиссии Московского УФАС России в решении по делу № 3-5-45/77-15 на факт лидерства компаний «Coca-cola» и «PepsiCo» по объему производимой воды является неприемлемой, поскольку производимые названными компаниями воды «Bonacqua» «Aqua Minerale» не являются минеральными, следовательно не могут быть сравниваемы с минеральной водой «Gerolsteiner».

Оценив заявленные ООО «Госселайн логистикс» доводы, должностное лицо Московского УФАС России считает необходимым отметить следующее. Использованное в спорной рекламе утверждение «№ 1 в мире среди газированных минеральных вод» подразумевает, что объект рекламирования является первым из числа других однородных, обладая более высокими достоинствами и преимуществом перед ними.

Сведения о том, что минеральная вода «Gerolsteiner» лидирует по общему обороту газированной и негазированной минеральной воды, в спорной рекламе отсутствуют. Не сопровождается рассматриваемая реклама и ссылками на какие-либо источники, позволяющие установить критерий проводимой оценки и подтвердить его достоверность.

Поскольку в рекламе не указаны критерии, раскрывающие содержание преимущества, вытекающего из утверждения «№ 1 в мире среди газированных минеральных вод», его использование допускает возможность проведения потребителями такого сравнения по любому критерию. Использование в рекламе такой сравнительной характеристики как «№ 1», в отсутствие критериев оценки, воспринимается потребителями как первый по всем возможным показателям.

При таких обстоятельствах не представляется возможным из содержания рекламы сделать однозначный вывод о том, в каком значении употреблен слоган

«№ 1 в мире среди газированных минеральных вод», что вводит потребителей рекламы в заблуждение относительно характеристик объекта рекламирования. При этом, приведенное в спорной рекламе сравнение не может иметь 6

объективного подтверждения ввиду отсутствия в рассматриваемой рекламе критериев, по которым могла быть проведена соответствующая оценка. На основании изложенного, доводы Общества о неподтвержденности лидерства компаний «Coca-cola» и «PepsiCo» по объему производимой минеральной воды не имеют в рассматриваемом случае квалифицирующего значения и не могут являться основанием для прекращения производства по делу. По существу, доводы Общества, заявленные в обоснование ходатайства, сводятся к переоценке приведенных выше выводов, касающихся существа допущенного нарушения законодательства о рекламе.

Исполнение предписания, выданного по делу № 3-5-45/77-15 не является основанием для прекращения производства по делу об административном правонарушении, как и не является таким основанием непродолжительный период распространения рекламы с нарушением Закона о рекламе. В силу статьи 4.2 КоАП РФ, данные обстоятельства учитываются при назначении наказания за совершение правонарушения в качестве обстоятельств, смягчающих административную ответственность.

В соответствии с ч. 3 ст. 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания юридическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Согласно пункту 7 части 1 статьи 4.2 КоАП РФ, к обстоятельствам, смягчающим административную ответственность относится добровольное исполнение до вынесения постановления по делу об административном правонарушении лицом, совершившим административное правонарушение, предписания об устранении допущенного нарушения, выданного ему органом, осуществляющим государственный контроль (надзор).

30.06.2015 Комиссией Московского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по результатам рассмотрения дела № 3-5-45/77-15 ООО «Госселайн логистикс» было выдано предписание № 107 о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно о прекращении распространения рекламы «Gerolsteiner» на странице 7 журнала GEO («ГЕО») октябрь 2014, с нарушением требований пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

ООО «Госселайн логистикс» до вынесения настоящего постановления в адрес Московского УФАС России представлены документы, свидетельствующие об исполнении предписания № 107 от 30.06.2015.

Таким образом, установлено обстоятельство, смягчающее административную ответственность ООО «Госселайн логистикс».

Должностным лицом Московского УФАС России не установлено обстоятельств, отягчающих административную ответственность

7

ООО «Госселайн логистикс».

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 100 000 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 ООО «Госселайн логистикс» (адрес местонахождения: 123007, г. Москва, ул. 3-я Магистральная, д. 18, стр. 14, ОГРН 1117746475461, ИНН 7714843055, КПП 771401001)

административное наказание в виде административного штрафа в размере 100 000 (ста тысяч) 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 зарегистрировано ООО «Госселайн логистикс», перечислением через банк, обслуживающий хозяйствующий субъект.

Реквизиты для уплаты административных штрафов, предусмотренных за

8 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 770101001

БИК 044583001

р/с 40101810800000010041

КБК 161 1 16 26000 01 6000140

ОКТМО 45375000

Назначение платежа: административный штраф по делу № 4-14.3-868/77-15.

Согласно ч. 1 ст. 20.25 КоАП РФ неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двухкратном 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 административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

Приложение на 1 листе.