

Дело № 3 5 240/77 15 возбуждено Московским УФАС России 21.12.2015 на основании обращения физического лица относительно распространения ООО «Форд Солерс Холдинг», ЗАО «Форд Мотор Компани», ООО «Автопассаж» в автосалонах рекламных буклетов «Ford Mondeo».

ООО «Форд Солерс Холдинг» заявлено ходатайство о приостановлении рассмотрения дела № 3-5-240/77-15 в связи со следующим.

Как утверждает ООО «Форд Солерс Холдинг», факт несоответствия автомобиля Ford Mondeo Titanium 2012 VIN <...> заявленным характеристикам являлся одним из предметов судебного разбирательства по иску заявителя <...> в Нагатинском районном суде г. Москвы, предъявленному к ЗАО «Форд Мотор Компани».

На основании Решения Нагатинского районного суда г. Москвы от 20.11.2015 по делу № 2-2311/15 истцу <...> было отказано в удовлетворении его исковых требований.

Суд в своем решении, оценив все представленные доказательства, установил, что истцом <...> не предоставлены доказательства, что переданный ему автомобиль не соответствует выбранной истцом спецификации как автомобиль бизнес-класса.

Обществу поступила информация о намерении подачи <...> апелляционной жалобы на решение. В связи с этим, Общество не располагает достоверной информацией о вступлении решения в законную силу.

Между тем, по мнению ООО «Форд Солерс Холдинг», выводы, содержащиеся в решении имеют существенное и преюдициальное значение для результатов рассмотрения Московским УФАС России дела № 3-5-240/77-15.

Комиссией принято решение отказать в удовлетворении ходатайства о приостановлении рассмотрения дела № 3-5-240/77-15 в связи со следующим.

Исходя из текста решения Нагатинского районного суда г. Москвы от 20.11.2015 по делу № 2-2311/15 предметом рассмотрения данного дела являлась потребительская жалоба гражданина в связи с передачей ему продавцом товара ненадлежащего качества. В ходе рассмотрения данного дела судом была оценена экспертиза, которая установила, что автомобиль не имеет существенных недостатков, в связи с наличием которых эксплуатация автомобиля была бы не возможна, а все имеющиеся незначительные недостатки устранимы.

В соответствии с пунктом 35 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, пунктом 3.52 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12, Комиссия принимает решение о приостановлении рассмотрения дела, в том числе, если в ходе рассмотрения дела будет установлен факт нахождения на рассмотрении в антимонопольном органе, в суде или арбитражном суде, в правоохранительных органах другого дела, выводы по которому будут иметь значение для результатов рассмотрения дела.

Однако в данном случае Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, что выводы, изложенные в решении Нагатинского районного суда г. Москвы от 20.11.2015 по делу № 2-2311/15, не имеют существенного значения для рассмотрения дела № 3-5-240/77-15, так как

предметом рассмотрения данных дел являются различные правоотношения и предметы споров. В первом случае суд рассматривает потребительскую жалобу, а именно факт наличия либо отсутствия в товаре существенных недостатков, препятствующих его эксплуатации; во втором — Комиссия Московского УФАС России оценивает приведенную в рекламном буклете информацию на соответствие законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно ее достоверность, в том числе об определенных потребительских свойствах, качествах неидентифицированного товара, заявленных в рекламе.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, выслушав доводы представителей ООО «Форд Солерс Холдинг», ЗАО «Форд Мотор Компани», оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

ООО «Форд Солерс Холдинг» (адрес: 423800, Республика Татарстан, г. Набережные Челны, Автосборочный пр-д, д. 60) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 27.07.2007 за основным государственным регистрационным номером 1071674002180.

ЗАО «Форд Мотор Компани» (адрес: 188640, Ленинградская обл., г. Всеволожск, пром. зона «Кирпичный завод», д. 1) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 26.01.2007 за основным государственным регистрационным номером 1024700554372.

ООО «Автопассаж» (адрес: 117519, г. Москва, Варшавское ш., д. 138А) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 18.09.2009 за основным государственным регистрационным номером 1097746549086.

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.

Спорные буклеты содержат сведения об автомобилях марки Ford модели Mondeo, его привлекательные характеристики и свойства и т. п. В первом буклете, распространенном в автосалоне ООО «Автопассаж», содержатся фотографии рекламируемого товара, сопровождающиеся описанием изображенной на фото модели автомобиля и его характеристики, а также слоганы «Я иду на риск. И результаты говорят сами за себя», «Я знаю, что мои возможности безграничны. Но мне хочется расширять эти границы снова и снова» и т. п. Во втором буклете, распространенном 27 ноября 2015

года в автосалоне ООО «Автопассаж», приводится информация следующего содержания: «Каждая поездка будет приносить Вам только радостные эмоции. Звукопоглощающие материалы надежно изолируют салон от внешних шумов. Благодаря качеству исполнения, интерьер автомобиля предлагает беспрецедентный уровень комфорта и эргономики. Мягкие на ощупь материалы, высококлассная отделка и оснащение дополняют образ самого премиального Mondeo в истории. В числе приятных и полезных новинок функция массажа на передних сиденьях. Массаж снимет напряжение и позволит не чувствовать усталость в дальней дороге». Весь буклет выдержан в одном стиле и содержит художественные описания преимуществ товара.

Рассматриваемая информация очевидно направлена на привлечение внимания потребителей к определенной марке автотранспортного средства, предлагаемой в различных комплектациях, а также акцентирует внимание на его преимуществах и достоинствах. По мнению Комиссии, подобные сведения способны сформировать у потребителей спрос на определенную марку и модель автомобиля, а также побудить к приобретению данного товара.

Таким образом, в спорном буклете объектом рекламирования является автомобиль Ford Mondeo в различных комплектациях.

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.

Данные буклеты распространялись в автосалонах, являющихся не закрытыми для посещения, не имеющими ограничения на вход, а следовательно доступными для любого желающего. На самих буклетах отсутствует какая-либо информация, указывающая на персонализированность данной информации определенному субъекту. Более того, данная реклама не является способом доведения информации до потребителя, что подтверждается информацией в буклете.

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация содержит объекты рекламирования, распространялась неопределенному кругу лиц и, исходя из содержания, направлена на привлечение внимания потребителей к объекту рекламирования, а следовательно, является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.

Сторонами по делу рекламный характер рассматриваемой информации не оспаривается.

Исходя из представленных в материалы дела документов и сведений, а также устных пояснений представителей лиц, участвующих в деле, Комиссия Московского УФАС России установила, что объектом рекламирования в брошюрах, представленных в материалы дела, является автомобиль Ford Mondeo. В соответствии с договорными отношениями между ЗАО «Форд

Мотор Компани» и ООО «Форд Солерс Холдинг», именно ООО «Форд Солерс Холдинг» осуществляет введение автомобилей в оборот, осуществляет дальнейшую дистрибуцию и продвижение автомобилей Ford Mondeo, а также осуществляет продажу автомобилей Ford своим официальным дилерам.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что лицом определившим объект рекламирования, в рассматриваемых брошюрах Ford Mondeo, а равно ее рекламодателем, является ООО «Форд Солерс Холдинг». Данный вывод Комиссии Московского УФАС России подтверждается представителем «Форд Мотор Компани» и ООО «Форд Солерс Холдинг».

В соответствии с частью 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно пункту 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

Согласно пункту 3 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об ассортименте и о комплектации товаров, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного срока.

В буклетах содержится информация, что в отдельные комплектации автомобиля включена кожаная отделка салона, в частности содержится формулировка: «Обивка сидений — кожа/замша Alcantara».

В соответствии с «Толковым словарем С.И. Ожегова», кожа понимается как выделанная шкура животного; согласно «Большому энциклопедическому словарю», кожа понимается как то, что вырабатывается из шкур животных, в т. ч. морских зверей, рептилий; имеет волокнистое строение.

Кроме того, при использовании понятия «кожа» в ГОСТах, в случаях, когда речь идет о ненатуральной коже, присутствует дополнение в виде слова «искусственная», «синтетическая» и т.д.

В указанную в буклете комплектацию модели автомобиля не была включена кожаная отделка салона. Обивка была выполнена из искусственных материалов, стилизованных по внешнему виду под натуральную кожу. Таким образом, на внешний вид определить природу происхождения материала не представлялось возможным. Недостаток был замечен заявителем при повреждении обивки сидений после приобретения.

Кроме того, представитель Ответчика пояснил, что обивка водительского кресла в автомобиле была сделана из эко-кожи, то есть искусственной кожи.

Также в спецификации указано, что в данную комплектацию автомобиля входит механизм электрорегулировки водительского сидения в двух

направлениях, подобная информация содержится и в руководстве по эксплуатации автомобиля.

Однако, электрорегулировка водительского сидения в приобретенной заявителем комплектации, по мнению заявителя осуществляется в одной позиции.

На основании вышеизложенного Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, что в спорной рекламе содержалась недостоверная информация относительно комплектации автомобиля, а именно о наличии кожаной обивки сидений. Следовательно, в спорной рекламе установлен факт нарушения пункта 2 части 3 статьи 5, пункта 3 части 3 статьи 5 Закона о рекламе. Касательно механизма регулировки водительского сидения Комиссия Московского УФАС России не находит оснований считать сведения, изложенные в рекламном буклете недостоверными, так как установлено, что регулировка сидения действительно производилась в двух направлениях одновременно.

Между тем, ООО «Форд Солерс Холдинг» и ООО «Форд Мотор Компани» с выводами Комиссии Московского УФАС России не согласились, пояснив следующее.

По мнению Обществ, Нагатинский районный суда г. Москвы в своем решении от 20.11.2015 по делу № 2-2311/15 дал полную оценку фактам, рассматриваемым в рамках данного дела и вывод суда о соответствии автомобиля заявленным в спецификации качествам и его исправность свидетельствуют о достоверности сведений изложенных в спорном рекламном буклете.

Однако, как установлено ранее, в рамках судебного дела и в рамках настоящего дела рассматриваются разные правоотношения и оцениваются различные факты.

Тот факт, что в соответствии с выводами судебной экспертизы, на которых основано решение Нагатинского районного суда г. Москвы от 20.11.2015 по делу № 2-2311/15, автомобиль Ford Mondeo Titanium 2012 VIN <...> не содержит неустранимых неисправностей, препятствующих его эксплуатации либо требующих значительных затрат на их устранение.

Однако отсутствие неисправностей не может свидетельствовать о полном соответствии характеристик автомобиля заявленным в рекламе качествам.

Так наличие в салоне автомобиля обивки сидений из искусственной кожи не может каким-либо образом повлиять на исправность автомобиля и препятствовать его эксплуатации. Однако если в рекламе содержится информации о обивки сидений именно из кожи, а потребителю предоставили автомобиль с обивкой сидений из искусственной кожи, такая реклама будет содержать не соответствующие действительности сведения, а следовательно будет недостоверной рекламой в понимании части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

ООО «Форд Мотор Компани» обратило внимание на тот факт, что, по его мнению, отсутствуют достоверные и надлежащие доказательства, подтверждающие факт совершения рассматриваемого нарушения Закона о рекламе со стороны Общества в 2015 году.

Являющаяся предметом направленной в адрес Московского УФАС России Заявителем жалобы брошюра «Ford Mondeo» 2015 года содержит информацию о спецификации обновленного автомобиля Ford Mondeo, с указанием доступных опций. Брошюра содержит подробную информацию о том, какие опции входят в ту или иную комплектацию обновленного

автомобиля Ford Mondeo, а какие предлагаются за дополнительную плату.

По мнению Общества, важно отметить, что указанная брошюра содержит информацию о новом автомобиле Ford Mondeo 2015 года, многие опции которого были недоступны для приобретения в 2012 году и соответственно не рекламировались Обществом в тот момент.

Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о состоятельности доводов Общества относительно брошюры, поступившей в адрес Московского УФАС России в ноябре 2015 года (вх. № 43909 от 30.11.2015). Однако в отношении рекламной брошюры от апреля 2012 года данные доводы, по мнению Комиссии, не применимы, так как данная реклама была изготовлена в 2012 году и должна содержать достоверную информацию относительно автомобилей комплектации 2012 года.

Как установлено ранее, рекламодателем спорной рекламы является ООО «Форд Солерс Холдинг». Рекламораспространителем спорной рекламы является ООО «Автопассаж», в связи с тем, что спорные рекламные буклеты распространялись в автосалоне Общества.

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

Таким образом, ответственность за нарушение в рекламе «Ford Mondeo» пункта 2 части 3 статьи 5, пункта 3 части 3 статьи 5 Закона о рекламе несет ООО «Форд Солерс Холдинг».

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пусть и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

Также, в дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на основании которых рассматриваемая реклама размещалась.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, не является мерой ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ООО «Форд Солерс Холдинг», ООО «Автопассаж» предписаний о прекращении (недопущении

дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе.

Также, частью 4 статьи 38 Закона о рекламе, частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ) предусмотрена административная ответственность за нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе.

Исходя из части 1 статьи 4.5 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении за нарушение законодательства о рекламе не может быть вынесено по истечении одного года со дня совершения административного правонарушения.

Как установлено Комиссией Московского УФАС России, спорная реклама была распространена в брошюре за апрель 2012 года.

Таким образом, срок давности привлечения к административной ответственности в настоящем случае истек.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу «Ford Mondeo» (рекламный буклет от апреля 2012 года), содержащую, в том числе, утверждение «Обивка сидений — кожа/замша Alcantara», распространенную ООО «Форд Солерс Холдинг», ненадлежащей в связи с нарушением требований пункта 2 части 3 статьи 5, пункта 3 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.
2. Прекратить производство по делу № 3-5-240/77-15 в отношении ЗАО «Форд Мотор Компани» в связи с неподтверждением наличия в действиях Общества факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Выдать ООО «Форд Солерс Холдинг», ООО «Автопассаж» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
4. Не передавать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в связи с истечением срока давности привлечения к административной ответственности.

Решение может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня его принятия в Арбитражный суд г. Москвы в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.