

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания по делу
об административном правонарушении № 4-14.3-289/77-15
«12» мая 2015 года г. Москва

Я, <...>, рассмотрев протокол от 27.04.2015 и материалы дела № 4-14.3-289/77-15 об административном правонарушении, возбужденного в отношении ООО «ГрузовичкоФ-Центр», в связи с нарушением пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившемся в распространении на территории Московского Метрополитена рекламы услуг грузоперевозки, оказываемых компанией «ГрузовичкоФ», в которой используются следующие утверждения: «Самая быстрая подача машины», «Самые низкие цены», ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ), в присутствии законного представителя ООО «ГрузовичкоФ-Центр» в лице <...>, УСТАНОВИЛ:

ООО «ГрузовичкоФ-Центр» распространило на территории Московского Метрополитена рекламу услуг грузоперевозки, оказываемых компанией «ГрузовичкоФ», в которой используются следующие утверждения: «Самая быстрая подача машины», «Самые низкие цены».

Решением Комиссии Московского УФАС России от 03.02.2015 по делу № 3-5-130/77-14 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в действиях ООО «ГрузовичкоФ-Центр» при распространении на территории Московского Метрополитена рекламы услуг грузоперевозки, оказываемых компанией «ГрузовичкоФ», установлен факт нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившийся в размещении рекламы, 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 1 статьи 3 Закона о рекламе, реклама — информация, распространяемая 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, объект рекламирования — товар, средство 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.

1

Согласно пункту 3 статьи 3 Закона о рекламе, под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Рассматриваемая информация была размещена посредством стикеров, содержащих следующую информацию: «ГрузовичкоФ (495) 540-50-40 грузовичкоф.рф. Круглосуточно. Самая быстрая подача машины. 30 минут. Самые низкие цены! Перевозка 790 рублей! Грузоперевозки. Переезды. Перевозка мебели. С грузчиками и без».

Таким образом, спорная информация направлена на привлечение внимания к

услугам грузоперевозки, оказываемых компанией «ГрузовичкоФ». Под неопределенным кругом лиц, среди которых распространяется реклама, 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.

Согласно обращению физического лица (вх. № 34328 от 15.09.2014), а также представленным в материалы дела № 3-5-130/77-14 фотоматериалам, распространение рекламы услуг грузоперевозки, оказываемых компанией «ГрузовичкоФ» было выявлено заявителем по указанному обращению 10.09.2014 в вагоне подвижного состава, осуществляющего движение по Калужско-Рижской линии Московского Метрополитена.

В соответствии с договором № 1050/3 о предоставлении рекламных услуг от 01.09.2014, заключенного между ООО «Рекламное обслуживание» и ООО «ГрузовичкоФ-Центр», а также приложениям к указанному договору, реклама услуг перевозки, оказываемых компанией «ГрузовичкоФ» размещалась на панелях вагонов, осуществляющих движение по Калужско-Рижской, Таганско-Краснопресненской, Сокольнической, Замоскворецкой, Серпуховско-Тимирязевской, Люблинской линиям Московского Метрополитена.

Таким образом, установлено, что указанная информация, учитывая способ распространения, доводится до неопределенного круга лиц.

На основании изложенного, информация об услугах грузоперевозки, оказываемых компанией «ГрузовичкоФ», является рекламой.

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.

В соответствии с пунктом 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 свой-

ствах. В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, 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.

Рассматриваемая реклама, содержащая утверждения «Самая быстрая подача машины», «Самые низкие цены», не сопровождается ссылкой на какие-либо источники, подтверждающие достоверность указанных утверждений.

Информация, содержащаяся в рекламе, распространяемой с использованием утверждений в превосходной степени должна соответствовать

действительности в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах. Использование в спорной рекламе утверждений «Самая быстрая подача машины» и «Самые низкие цены» приводит к формированию у потребителей рекламы мнения о более низкой стоимости и более высоком качестве предоставляемой

услуги по отношению к аналогичным услугам, оказываемым иными лицами. При этом, отсутствие в спорной рекламе прямого сравнения с конкретными хозяйствующими субъектами не свидетельствует об отсутствии сравнения как такового.

Учитывая отсутствие в рекламе указания на конкретные наименования лиц, с которыми осуществляется сравнение, представляется обоснованным, что в рассматриваемом случае сравнение производится со всеми другими представленными на данном рынке лицами, осуществляющими аналогичную деятельность на рынке услуг грузоперевозок, а также с услугами, оказываемыми такими лицами.

ООО «ГрузовичкоФ-Центр» в материалы дела № 3-5-130/77-14 представлены результаты, проведенного названным Обществом сравнения тарифов и условий перевозки нескольких компаний. Данное сравнение проводилось ООО «ГрузовичкоФ-Центр» самостоятельно на основании открытых данных, содержащихся в информационно-коммуникационной сети «Интернет».

Вместе с тем, проведенное ООО «ГрузовичкоФ-Центр» сравнение цен и условий услуг грузоперевозки, основанное на данных, размещенных на сайтах лиц, оказывающих названные услуги, не может являться надлежащим подтверждением использованных в спорной рекламе утверждений, в связи со следующим.

Согласно письменным пояснениям ООО «ГрузовичкоФ-Центр» (вх. № 684 от 16.01.2015), для проведения сравнительного анализа были использованы сведения о семи компаниях-грузоперевозчиках, размещенные на официальных сайтах таких компаний. При этом, анализ был проведен Обществом самостоятельно, поскольку определение наименьших цены и времени подачи машины, не требует специальных знаний.

Между тем, исходя из содержания рекламы, представляется

3

обоснованным вывод о том, что сравнение в настоящем случае производится со всеми аналогичными услугами, оказываемыми всеми лицами, осуществляющими деятельность на рынке грузоперевозок.

ООО «ГрузовичкоФ-Центр» было проведено сравнение только с семью компаниями-грузоперевозчиками. При этом, Обществом не представлено фактическое подтверждение наименьших цены и времени подачи машины в сравнении с компаниями, выбранными ООО «ГрузовичкоФ-Центр» для проведения анализа.

Таким образом результаты, проведенного ООО «ГрузовичкоФ-Центр» сравнительного анализа документально не подтверждены, в связи с чем оцениваются должностным лицом Московского УФАС России критически. Другие доказательства, подтверждающие достоверность использованных в спорной рекламе утверждений, не представлены.

При таких обстоятельствах использование в рекламе утверждений «Самая быстрая подача машины», «Самые низкие цены» вводит потребителей рекламы в заблуждение относительно характеристик объекта рекламирования.

На основании изложенного, при распространении на территории Московского Метрополитена рекламы услуг грузоперевозки, оказываемых компанией «ГрузовичкоФ», установлено нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, является ненадлежащей.

Таким образом, реклама услуг грузоперевозки, оказываемых компанией «ГрузовичкоФ», распространенная на территории Московского Метрополитена, является ненадлежащей.

Местом совершения административного правонарушения, учитывая, что спорная реклама распространялась в подвижных составах Московского Метрополитена, является г. Москва.

Время совершения административного правонарушения — 01.09.2014 (первый день распространения спорной рекламы).

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

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является изготовитель или продавец товара, либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Размещение спорной рекламы на территории Московского Метрополитена, как указывалось выше, осуществлялось на основании договора № 1050/3 о предоставлении рекламных услуг от 01.09.2014, заключенного между ООО «Рекламное обслуживание» и ООО «ГрузовичкоФ-Центр». Предметом договора № 1050/3 о предоставлении рекламных услуг от 01.09.2014 является обеспечение ООО «Рекламное обслуживание» оказания услуг по организации и проведению для ООО «ГрузовичкоФ-Центр» рекламных компаний в Московском Метрополитене.

При этом, согласно пунктам 2.3.2, 2.3.3 договора № 1050/3 о

4

предоставлении рекламных услуг от 01.09.2014, определение содержания спорной рекламы осуществлялось ООО «ГрузовичкоФ-Центр».

Данный факт также подтверждается письменными пояснениями ООО «ГрузовичкоФ-Центр» (вх. № 684 от 16.01.2015), представленными в материалы дела № 3-5-130/77-14.

Кроме того, согласно Уставу ООО «ГрузовичкоФ-Центр», основным видом деятельности названного Общества является организация перевозок грузов.

Таким образом, установлено, что рекламодателем рассматриваемой рекламы, а равно лицом, несущим ответственность за рассматриваемое нарушение, является ООО «ГрузовичкоФ-Центр».

В соответствии с ч. 1 ст. 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 ч. 2 ст. 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 «ГрузовичкоФ-Центр» состоит в распространении на территории Московского Метрополитена рекламы услуг грузоперевозки, оказываемых компанией «ГрузовичкоФ», с нарушением требований 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 3 статьи 5 Закона о рекламе, предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Обстоятельств, смягчающих административную ответственность ООО ООО «ГрузовичкоФ-Центр», обстоятельств, отягчающих административную ответственность ООО «ГрузовичкоФ-Центр», не установлено.

В соответствии с частью 1 статьи 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 статьями 33, 38 Закона о рекламе, статьями 4.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

5

За нарушение части 1 статьи 14.3 КоАП РФ назначить ООО «ГрузовичкоФ-Центр» (105318, г. Москва, ул. Щербаковская, д. 3, ОГРН 1127746645388, ИНН 7719819987, КПП 771901001) административное наказание в виде административного штрафа в размере 100 000 (ста тысяч) рублей.

Согласно части 1 статьи 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 статьей 31.5 КоАП РФ.

В соответствии с частью 5 статьи 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 части 1 статьи 32.2 КоАП РФ, 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 частью 5 статьи 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 «ГрузовичкоФ-Центр», перечислением через банк, обслуживающий хозяйствующий субъект.

Реквизиты для уплаты административных штрафов, предусмотренных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе (квитанция прилагается):

Получатель: УФК МФ РФ по г. Москве (для Московского УФАС России)

Банк получателя: Отделение 1 Главного управления Центрального банка Российской Федерации по Центральному Федеральному округу г. Москва (краткое: 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 № 4-14.3-289/77-15.

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП РФ, неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном

6
размере суммы неуплаченного административного штрафа.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 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 пунктом 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.

Приложение на 1 листе.

7