

ООО «Аэрогрупп»

123100, г. Москва,
Шмитовский проезд,
д. 16, стр. 1, пом. 1

125284, г. Москва
Ленинградский пр-т,
д. 31А, стр. 1

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 29
о назначении административного наказания по делу
об административном правонарушении № 4-14.3-1449/77-13

«28» марта 2014 года

г. Москва

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве (далее – Московского УФАС России) (.....), рассмотрев Протокол № А-20 от 27.02.2014 и материалы дела об административном правонарушении № 4-14.3-1449/77-13, возбужденного в отношении ООО «Аэрогрупп», в связи с нарушением пункта 2 статьи 9 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), ответственность за нарушение которой предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ), в отсутствие защитника ООО «Аэрогрупп» (общество уведомлено надлежащим образом),

УСТАНОВИЛ:

Решением Комиссии Московского УФАС России по рассмотрению дела № 3-9-108/77-13 о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе от 03.09.2013 в действиях ООО «Аэрогрупп» установлен факт нарушения требований пункта 2 статьи 9 Закона о рекламе, выразившегося в распространения в журнале «TRANSAERO Imperial» (апрель, 2013), на странице 11 рекламы следующего содержания: «АКЦИЯ «ДЕЛОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ»;

bernikov» без указания источника информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке из получения.

ООО «Аэрогруп» (юридический адрес: 123100, г. Москва, Шмитовский проезд, д. 16, стр. 1, пом. 1) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц Управлением Федеральной налоговой службы по г. Москве, за основным государственным регистрационным номером 1127746098512, ИНН 7703762823, КПП 770301001.

В журнале «TRANSAERO Imperial» (апрель, 2013), на странице 11 распространена реклама «АКЦИЯ «ДЕЛОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ»; bernikov» .

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.

Согласно пункту 16 информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Согласно пункту 2 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

Реклама «АКЦИЯ «ДЕЛОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ»; bernikov» фактически является рекламой недвижимости, содержит в себе фотографию и информацию о расположении построенного дома, его инфраструктуры, средства индивидуализации «bernikov», «МАГИСТРАТ недвижимость», номер телефона и адрес сайта в сети Интернет.

Указанная информация в журнале «TRANSAERO Imperial» (апрель, 2013), на странице 11 в полной мере отвечает понятию «рекламы» в понимании Закона о рекламе, выполнена в виде рекламного макета на отдельной странице печатного издания, содержит пометку «реклама».

На основании изложенного, установлен факт распространения рекламы «АКЦИЯ «ДЕЛОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ»; bernikov» в журнале «TRANSAERO Imperial» (апрель, 2013), на странице 11.

Между тем, в рассматриваемой рекламе также содержится следующая информация: «АКЦИЯ «ДЕЛОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ»; Срок проведения акции с 23 октября 2012 г. по 30 июня 2013 г. Подробности об акции можно получить по тел.: (495) 232-08-08».

Согласно статье 9 Закона о рекламе, в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должен быть указан источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Исходя из смысла статьи 9 Закона о рекламе, к стимулирующим мероприятиям относятся лотереи, конкурсы, игры, пари, вручение подарков, призов, снижение цен на товары, распродажи, скидки или иные подобные мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара.

Объединяет эти мероприятия признак стимулирования. В правилах и условиях проведения таких компаний присутствует причина, побуждающая человека принять в них участие. Как правило, это возможность получить какое-нибудь материальное благо, поощрение, в том числе в форме получения скидки на приобретаемый товар, по определению являющийся дорогим (недвижимость).

Вся информация в рекламе должна быть отражена таким образом, чтобы она могла быть прочитана и воспринята неопределенным кругом лиц — потребителями рекламы. Из формы подачи и смысла рекламной информации следует, что рекламируемая акция направлена на стимулирование приобретения недвижимости, иная информация в рекламе отсутствует.

Исходя из основного объекта рекламирования — недвижимости, установлено, что рассматриваемая акция является видом стимулирования потребителей рекламы к приобретению данной недвижимости. В рекламе не указано каким образом происходит такое стимулирование — посредством предоставления скидки при приобретении товара, участием в розыгрыше призов или получении гарантированного приза по факту приобретения, иным. Также, в рекламе отсутствует информация, позволяющая сделать вывод о том, что такое поощрение предоставляется любому лицу, приобретающему объект рекламирования, в независимости от его стоимости, формы приобретения, иных факторов заключения договора купли-продажи недвижимости.

Резюмируя изложенное, исследуя в совокупности и взаимосвязи перечисленные факты и применяемые нормы права, установлено, что статья 9 Закона о рекламе содержит открытый перечень стимулирующих мероприятий. Таким мероприятием может являться любая мера, направленная на побуждение потребителей рекламы к каким-либо действиям. Учитывая тот факт, что потребителями рекламы является неопределенный круг лиц, при отсутствии в рекламе четкого указания на основополагающее условие участия в акции, первоначальное представление потребителя о рассматриваемой акции исходит из формы подачи и смысла рекламной информации, содержания рекламного макета.

Поскольку присутствие в рекламе визуально крупной надписи, выполненной заглавными буквами: «АКЦИЯ «ДЕЛОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ», побуждает потребителей к приобретению товара, стимулирует к проявлению интереса к основному объекту рекламирования, информирует о возможности приобретения товара на более выгодных, чем обычно условиях, такая реклама является рекламой стимулирующего мероприятия и на нее в полной мере распространяются положения статьи 9 Закона о рекламе.

Реклама «АКЦИЯ «ДЕЛОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ»; bernikov» в журнале «TRANSAERO Imperial» (апрель, 2013), на странице 11, в части рекламы стимулирующего мероприятия содержит в себе указание на сроки проведения такого мероприятия, а также источник информации о подробностях акции. Тем не менее, в рекламе отсутствует информация об источнике информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

При этом, указание в рассматриваемой рекламе информации «Подробности об акции можно получить по тел.: (495) 232-08-08» не является достаточным для соблюдения положений пункта 2 статьи 9 Закона о рекламе.

Закон о рекламе устанавливает необходимость доведения до сведения потребителей рекламы стимулирующего мероприятия указанных условий и правил участия в таком мероприятии, при этом сроки проведения стимулирующего мероприятия должны быть указаны непосредственно в тексте рекламы, а указание на информацию об организаторе стимулирующего мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения допускается путем указания на источник такой информации.

Пункт 27 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указывает, что в силу статьи 9 Закона о рекламе в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующего мероприятия, должны быть указаны сроки проведения данного мероприятия, а также источник информации об организаторе мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей, сроках, месте и

порядке их получения.

При этом, надлежит учитывать, что названные нормы обязывают рекламодателя сообщать не саму информацию об организаторе стимулирующего мероприятия и так далее, а источник этой информации (например, адрес интернет-сайта, номер телефона, по которому можно получить информацию).

Данный пункт постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 указывает, что на рекламодателя не возложена обязанность по указанию в рекламе непосредственно самой информации, перечисленной в пункте 2 статьи 9 Закона о рекламе.

Однако, исходя из диспозиции статьи 9 Закона о рекламе, реклама стимулирующего мероприятия должна сообщать об источнике каждого из данных условий и правил путем прямого указания на информацию, сообщаемую данным источником. То есть, потребитель рекламы должен знать какую конкретно информацию он может получить, обратившись к названному источнику.

Между тем, в рекламе «АКЦИЯ «ДЕЛОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ»; bernikov» в журнале «TRANSAERO Imperial» (апрель, 2013) отсутствует указание на источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения. Формулировка «Подробности об акции можно получить по тел.: (495) 232-08-08» в силу дословного толкования пункта 2 статьи 9 Закона о рекламе такой информации до потребителя рекламы не доводит.

На основании изложенного, установлен факт нарушения пункта 2 статьи 9 Закона о рекламе при распространении рекламы «АКЦИЯ «ДЕЛОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ»; bernikov» в журнале «TRANSAERO Imperial» (апрель, 2013), на странице 11.

В соответствии с Законом Российской Федерации от 27 декабря 1991 года № 2124-1 «О средствах массовой информации» распространение рекламы в средствах массовой информации осуществляется в порядке, установленном законодательством Российской Федерации 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 «АКЦИЯ «ДЕЛОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ»; bernikov» в журнале «TRANSAERO Imperial» (апрель, 2013), на странице 11 является ненадлежащей.

Согласно части 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 2 статьи 9 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Учредителем журнала «TRANSAERO Imperial («ТРАНСАЭРО Имperiал»)» (далее — «ТРАНСАЭРО Имperiал») на основании свидетельства о регистрации средства массовой информации от 19.10.2012 серии ПИ № ФС77-51452 является ОАО «Авиационная компания «ТРАНСАЭРО», журнал по своей тематике и специализации является рекламным изданием, издателем журнала является ООО «Аэрогрупп», что подтверждается выходными данными журнала.

При этом в соответствии с пунктом 1.1 договора от 15.10.2007 № 07.02/879 ОАО «Авиационная компания «ТРАНСАЭРО» обязуется передать ООО «Аэрогрупп» на условиях, определенных в договоре и приложениях к нему, исключительные права на размещение рекламно-информационных материалов третьих лиц.

Согласно пункту 3.2.2 договора от 15.10.2007 № 07.02/879 ООО «Аэрогрупп» обязано осуществлять контроль за состоянием рекламы, рекламных площадей и конструкций лично, либо привлекать третьих лиц по согласованию с ОАО «Авиационная компания «ТРАНСАЭРО».

При этом в силу пункта 3.2.5 договора от 15.10.2007 № 07.02/879 ООО «Аэрогрупп» обязуется разработать своими силами каждый медиа-проект, подлежащий реализации на территории ОАО «Авиационная компания «ТРАНСАЭРО», и согласовать его с ОАО «Авиационная компания «ТРАНСАЭРО» в приложениях.

Исходя из пункта 3.4.1 договора от 15.10.2007 № 07.02/879 ООО «Аэрогрупп» вправе заключать от своего имени сделки с третьими лицами на размещение рекламных материалов, а также иные сделки, связанные с использованием ООО «Аэрогрупп» рекламных прав.

В соответствии с пунктом 1.1 приложения № 1 к договору от 15.10.2007 № 07.02/879 ООО «Аэрогрупп» обязуется осуществлять выпуск бортового журнала «ТРАНСАЭРО Имperiал» и передавать его в ОАО «Авиационная компания «ТРАНСАЭРО».

При этом в соответствии с главой 2 указанного приложения ООО «Аэрогрупп» обязуется осуществлять разработку содержания номеров журналов, осуществлять верстку и производство (печать) журналов согласно техническим требованиям, с возможностью привлечения третьих лиц (типографии), а также передать тиражи журналов на склад заказчика своими силами и с привлечением собственных транспортных средств.

Таким образом, из анализа указанных положений договора от 15.10.2007 № 07.02/879 в совокупности с положениями пункта 2.2 устава ООО «Аэрогрупп», согласно которому основным видом его деятельности является именно рекламная деятельность, следует, что размещение рекламы осуществлялось именно ООО «Аэрогрупп» по поручению собственника журнала.

Заключение договора № АГ-АМ-1 от 01.04.2012 между ООО «Аэрогрупп» и ООО «Аэромедиа» осуществлено во исполнение основного договора от 15.10.2007 № 07.02/879 на размещение рекламы.

Таким образом, заключение договора № АГ-АМ-1 от 01.04.2012

свидетельствует лишь о выборе ООО «Аэрогрупп» способа исполнения договора и распространения рекламы, но не о соблюдении им требований действующего законодательства.

При этом, согласно пункту 2.3.3 Договора № АГ-АМ-1 от 01.04.2012, ООО «Аэромедиа» выполняет функции рекламного агента ООО «Аэрогрупп».

Также, согласно абзацу «7» статьи 2 Закона Российской Федерации от 27 декабря 1991 года № 2124-1 «О средствах массовой информации» под распространением продукции средства массовой информации понимаются продажа, подписка, доставка, раздача периодического печатного издания, аудио- или видеозаписи программы, вещание телеканала, радиоканала (телевизионное вещание, радиовещание), вещание телепрограммы, радиопрограммы в составе соответственно телеканала, радиоканала, демонстрация кинохроникальной программы, предоставление доступа к сетевому изданию, иные способы распространения.

Согласно абзацу «13» статьи 2 Закона Российской Федерации от 27 декабря 1991 года № 2124-1 «О средствах массовой информации» под распространителем понимается лицо, осуществляющее распространение продукции средства массовой информации по договору с редакцией, издателем или на иных законных основаниях.

Рекламораспространителем является лицо, осуществляющее фактическое доведение объекта рекламирования до сведения потребителя. Установлено, что журнал «ТРАНСАЭРО Империял», являющийся средством массовой информации, предназначен для неопределенного круга лиц пассажиров Авиакомпании «Трансаэро», распространяется на борту регулярных и чартерных рейсов авиакомпании, не является изданием, специализирующимся на сообщениях рекламного характера.

Полномочия по подготовке журнала и приведению его в конечный вид для доведения до потребителя в полной мере переданы учредителем ОАО «Авиационная компания «Трансаэро» зарегистрированному издателю средства массовой информации — ООО «Аэрогрупп». ООО «Аэрогрупп» передает тиражи журнала «Трансаэро» для распространения среди конечного целевого потребителя.

Таким образом, установлено, что ООО «Аэрогрупп» отвечает всем требованиям, предъявляемым к рекламораспространителю Законом о рекламе, является надлежащим ответчиком по делу.

С учетом изложенного, должностное лицо приходит к выводу о том, что рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ООО «Аэрогрупп».

Таким образом, установлено нарушение ООО «Аэрогрупп» пункта 2 статьи 9 Закона о рекламе при распространении рекламы «АКЦИЯ «ДЕЛОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ»; beпiкoв» в журнале «TRANSAERO Imperial» (апрель, 2013), на странице 11.

Ответственность за данное правонарушение предусмотрена частью 1

статьи 14.3 КоАП РФ.

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.

Виновные действия ООО «Аэрогрупп» состоят в нарушении пункта 2 статьи 9 Закона о рекламе при распространении в журнале «TRANSAERO Imperial» (апрель, 2013), на странице 11 рекламы следующего содержания: «АКЦИЯ «ДЕЛОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ»; bernikov», без указания источника информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке из получения.

Обстоятельств, свидетельствующих о невозможности соблюдения ООО «Аэрогрупп» указанных требований, не установлено.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Местом совершения административного правонарушения является место регистрации ООО «Аэрогрупп» — г. Москва. На основании части 4 статьи 28.7 КоАП РФ административное расследование проведено Московским УФАС России. В соответствии с частью 2 статьи 29.5 КоАП РФ, дело № 4-14.3-1449/77-13 подлежит рассмотрению Московским УФАС России.

Временем совершения административного правонарушения является первый день распространения журнала «TRANSAERO Imperial» (апрель, 2013) — 01.04.2013. Более ранней даты начала распространения периодического печатного издания Московским УФАС России не установлено, ООО «Аэрогрупп» данных сведений не представлено, в выходных данных указанного журнала таких сведений также не содержится.

В соответствии с частью 3 статьи 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.

Должностным лицом Московского УФАС России не установлено обстоятельств, отягчающих, а также обстоятельств, смягчающих административную ответственность ООО «Аэрогрупп».

Таким образом, оснований для назначения ООО «Аэрогрупп» штрафа в размере большем, чем минимально установленный в соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, должностным лицом Московского УФАС России не установлено.

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:

За нарушение ООО «Аэрогрупп» части 1 статьи 14.3 КоАП РФ назначить ООО «Аэрогрупп» 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.

Согласно части 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 указанного срока 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. Кроме того, должностное лицо федерального органа исполнительной власти, структурного подразделения или территориального органа, иного государственного органа, рассмотревших дело об административном правонарушении, либо уполномоченное лицо коллегиального органа, рассмотревшего дело об административном правонарушении, составляет протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 КоАП РФ в отношении лица, не уплатившего административный штраф.

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 «Аэрогрупп», перечислением через банк, обслуживающий хозяйствующий субъект.

Реквизиты для уплаты административных штрафов, предусмотренных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе:

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

Банк получателя: Отделение 1 Московского ГТУ Банка России г. Москва

ИНН 7706096339

КПП 770601001

БИК 044583001

р/с 40101810800000010041

КБК 161 1 16 26000 01 6000140

ОКТМО 45384000

Назначение платежа: административный штраф по делу № 4-14.3-1449/77-13.

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