

**ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 16**  
**о назначении административного наказания по делу**  
**об административном правонарушении № 4-14.3-118/77-15**

«05» марта 2015 года

г. Москва

Я, <...>, рассмотрев протокол № А-11 от 18.02.2015 и материалы дела № 4-14.3-118/77-15 об административном правонарушении, возбужденного в отношении ООО «Денцу-Смарт», в связи с нарушением пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» при распространении в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», май 2014 г., на странице 49, в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», июнь 2014 г., на странице 85, рекламы «ELF — формула № 1 для Вашего двигателя», ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ),

в присутствии представителя ООО «Денцу-Смарт» <...>,

**УСТАНОВИЛ:**

ООО «Денцу-Смарт» (адрес: 121609, г. Москва, ул. Осенняя, д. 11) является юридическим лицом, зарегистрировано и включено в Единый государственный реестр юридических лиц 19.06.2008 за основным государственным регистрационным номером 1087746757944, ИНН 7731596504, КПП 773101001.

ООО «Денцу-Смарт» разместило в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», май 2014 г., на странице 49, в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», июнь 2014 г., на странице 85, рекламу смазочных материалов «ELF», содержащую следующее утверждение: «ELF — формула № 1 для Вашего двигателя».

Решением Комиссии Московского УФАС России от 31.12.2014 по делу № 3-5-87/77-14 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении рекламы «ELF — формула № 1 для Вашего двигателя» в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», май 2014 г., на странице 49, в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», июнь 2014 г., на странице 85, установлен факт нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившиеся в распространении рекламы, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, а

также признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившиеся в распространении рекламы, содержащей 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 реклама, размещенная в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», май 2014 г., на странице 49, в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», июнь 2014 г., на странице 85 направлена на привлечение внимания к смазочным материалам «ELF», содержит в себе следующие сведения, общие для обоих рекламных макетов: «ELF — формула № 1 для Вашего двигателя», «elf; Торговая марка Total», «[www.elf-lub.ru](http://www.elf-lub.ru)», пометку «реклама». Также, оба макета содержат изображения гоночных автомобилей и одного из продуктов «ELF».

В журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», май 2014 г., на странице 49, под надписью «ELF — формула № 1 для Вашего двигателя» содержится следующее описание: «Доверьте Ваш двигатель смазочным материалам Elf, которые создаются с использованием передовых технологий и применяются профессионалами уже более 40 лет».

В журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», июнь 2014 г., на странице 85, под надписью «ELF — формула № 1 для Вашего двигателя» содержится следующее описание: «Вдохновленный высокими технологиями и духом соревнований, ELF идет на опережение, предлагая инновационные смазочные материалы. Будьте первыми на дороге с моторными маслами ELF!».

В соответствии с информацией, размещенной на указанном в рекламе сайте [www.elf-lub.ru](http://www.elf-lub.ru), рекламируемые товары марки «ELF» — это «высококачественные моторные, трансмиссионные масла, а также гидравлические и тормозные жидкости». Указанное в полной мере подтверждается материалами дела № 3-5-87/77-14.

Исходя из законодательного определения понятия рекламы, одним из критериев

отнесения той или иной информации к рекламе является направленность такой информации неопределенному кругу лиц.

При этом 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.

Согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-22128 от 24.10.2005, выданному Роскомнадзором, журнал «Популярная механика. Popular Mechanics» распространяется на всей территории Российской Федерации, а также на территории зарубежных стран.

Таким образом, установлено, что журнал «Популярная механика. Popular Mechanics» является общедоступным для неопределенного круга лиц-потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по территории его распространения и кругу лиц-потребителей рекламы, не установлено.

На основании изложенного, установлен факт распространения рекламы «ELF — формула № 1 для Вашего двигателя» в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», май 2014 г., на странице 49, в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», июнь 2014 г., на странице 85.

В соответствии с 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.

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 9 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», при анализе информации, содержащейся в рекламе, необходимо иметь в виду, что рекламодаделец несет ответственность за достоверность не только тех сведений, которые относятся к его собственной деятельности (товару), являющейся объектом рекламирования, но и тех сведений, которые относятся к деятельности (товару) его конкурентов, объектом рекламирования не являющейся.

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.

По мнению антимонопольного органа, к некорректным сравнениям следует относить сравнения, содержание которых составляют ошибочные, основанные на неправильном расчете, исходящие из неверных предпосылок, неправильные, не соответствующие правилам корректности и требованиям, предъявляемым к достоверности, сведения о товарах.

Приведенное в рекламе сравнение должно быть корректным, правильным, а сравниваемые параметры должны быть сопоставимыми. То есть сравнение не должно быть построено с использованием не правильных логических операций таким образом, что его достоверность объективно не может быть ни подтверждена, ни опровергнута.

Установлено, что спорная реклама содержит утверждение о превосходстве объекта рекламирования над товарами конкурентов, а именно: «ELF — формула № 1 для Вашего двигателя», что является некорректным сравнением рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, без указания критериев такого сравнения с их объективным подтверждением.

При этом, учитывая отсутствие в рекламе прямого сравнения с конкретными товарами, находящимися в обороте, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, представляется возможным сделать вывод о том, что в рассматриваемом случае сравнение производится со всеми другими представленными на данном рынке лицами, реализующими аналогичные товары (моторные и трансмиссионные масла, гидравлические и тормозные жидкости).

Согласно имеющимся в материалах дела № 3-5-87/77-14 письменным пояснениям рекламодателя рассматриваемой рекламы, утверждение «ELF — формула № 1 для Вашего двигателя» было использовано на основании «длительных связей бренда «ELF» с гонками Формулы 1, в команды участники которых поставляются масла ELF на протяжении многих лет».

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 свойствах.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики 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 соответствии с общедоступной информацией, размещенной в сети Интернет, правильным написанием на русском языке наименования чемпионата мира по кольцевым автогонкам на автомобилях с открытыми колёсами является «Формула-1». Также, часто встречающимся является вариант написания «Формула 1».

Указанный чемпионат мира по кольцевым автогонкам имеет ряд официальных логотипов, эмблем и т. п., ни одна из которых не содержит варианта написания «формула № 1», либо иного, с использованием символа «№», используемого в русской типографике для обозначения порядкового числа предмета в ряду других однородных. Также, в соответствии с правилами русского языка, индивидуализирующие единичные наименования пишутся с прописной, а не со строчной буквы.

Более того, установлено, что на указанном в рекламе сайте [www.elf-lub.ru](http://www.elf-lub.ru) также используется написание «Формула-1», в частности содержится раздел «Масла ELF в болидах Формулы-1», сведения «Специальная серия спортивных масел ELF HTX поставляется на более, чем 140 гоночных соревнований по всему миру, включая Формулу-1», «Более 40 лет участия в Формуле-1» и иные. Написание «формула № 1» на указанном сайте отсутствует. Кроме того, в письменных пояснениях Общества также используется написание «Формула 1».

Таким образом, представляется обоснованным, что утверждение «формула № 1 для Вашего двигателя» не ассоциируется у потребителя рекламы с чемпионатом мира по кольцевым автогонкам «Формула-1», как в силу иного написания наименования чемпионата мира по кольцевым автогонкам, так и в связи с однозначным восприятием таких критериев, как «№ 1», «номер один», «первый» и т. п.

Доказательств обратного не представлено.

Указанная реклама не содержит сносок, подтверждений и иной информации, которая указывала бы на необходимость восприятия сведений «ELF — формула № 1 для Вашего двигателя» именно как относящихся исключительно к указанию на использование товаров «ELF» рядом участников чемпионата мира по кольцевым автогонкам «Формула-1».

Утверждение «формула № 1 для Вашего двигателя», не сопровождаемое уточнениями, сносками или иной информацией, воспринимается должностным лицом Московского УФАС России как неполное сравнение товаров, искажающее представление о рекламируемом товаре и не позволяющее объективно оценить его свойства.

Такое сравнение не соответствует правилам корректности, прямо поименованном в диспозиции части 1, пункта 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе, обязывающего приводить исключительно добросовестное сравнение товаров. В рекламе недопустима сама возможность формирования у

потребителя неверного, искаженного представления о товаре, его качестве и потребительских свойствах.

Даже в случае наличия у потребителя специальных познаний, позволяющих оценить совокупность обозначения «формула № 1 для Вашего двигателя» и изображение гоночного автомобиля в рекламе как соотносящихся с чемпионатом мира по кольцевым автогонкам «Формула-1», утверждение «ELF — формула № 1 для Вашего двигателя» безусловно допускает иные смысловые трактовки, связанные со сравнительной характеристики объекта рекламирования с аналогичными товарами, а равно с превосходством рекламируемого товара на товарном рынке.

При этом само по себе изображение гоночного автомобиля (без логотипов или иных элементов, однозначно указывающих на принадлежность данного автомобиля именно к гоночным автомобилям «Формулы-1») в рекламе товаров для транспортных средств (моторные и трансмиссионные масла, гидравлические и тормозные жидкости), представляется логичным и обоснованным, особенно в совокупности с утверждениями «ELF идет на опережение», «будьте первыми на дороге», иными, использованными в рекламе. Таким образом, использование изображения транспортного средства, однозначно не ассоциирующегося с «Формулой-1», не может быть признано как безусловное подтверждение восприятия любым потребителем утверждения «формула № 1 для Вашего двигателя» как относящегося только к факту «длительных связей бренда «ELF» с гонками Формулы 1».

Отсутствие подтверждения утверждения «формула № 1 для Вашего двигателя» указывает на недостоверность спорной рекламы как содержащей не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами (в соответствии с пунктом 29 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58).

Резюмируя изложенное, учитывая прямой запрет законодателя на некорректные (по форме и наличию критерия) и недостоверные (по наличию объективного подтверждения) сравнительные характеристики в рекламе, к которым относится, в том числе, утверждение «№ 1» по отношению к объекту рекламирования, должностное лицо Московского УФАС России приходит к выводу о наличии в рекламе «ELF — формула № 1 для Вашего двигателя» в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», май 2014 г., на странице 49, в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», июнь 2014 г., на странице 85, нарушения пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии со статьей 36 Закона 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, рассматриваемая реклама является ненадлежащей.

Местом совершения административного правонарушения является территория распространения журнала «Популярная механика. Popular Mechanics», в том числе город Москва.

Время совершения административного правонарушения — 15.04.2014 (первый день распространения журнала «Популярная механика. Popular Mechanics», май 2014 г.).

Размещение спорной рекламы осуществлялось на основании договора № ТВ-02-14 от 17.02.2014, заключенного между ООО «Денцу-Смарт» с ООО «ТОТАЛ ВОСТОК» (совместно именуемые «стороны»), на основании которого был создан макет рекламы, переданный для дальнейшего распространения ООО «ФЭШН ПРЕСС».

Согласно пункту 1.1 Договора, ООО «Денцу-Смарт» обязуется оказывать ООО «ТОТАЛ ВОСТОК» услуги и/или выполнять для ООО «ТОТАЛ ВОСТОК» работы, направленные на рекламу товаров, реализуемых ООО «ТОТАЛ ВОСТОК».

Согласно пункту 1.2 Договора, услуги оказываются и/или работы по Договору выполняются ООО «Денцу-Смарт» для ООО «ТОТАЛ ВОСТОК» по мере необходимости на основании заключенных сторонами к Договору Приложений. В Приложениях согласовываются перечень, объем, стоимость, сроки, порядок, а также иные условия оказания услуг и/или выполнения работ.

Разделом 2 Договора описан порядок исполнения Договора, Приложений к Договору, закрепляющий факт согласования всех условий по Договору, Приложениям к Договору.

Согласно пункту 2.5 Договора, в целях выполнения Договора каждая сторона назначает своего представителя, ответственного за выполнение Договора. Представители сторон и их контактные данные приведены в Дополнении № 1 к Договору, являющемся его неотъемлемой частью.

Любая Сторона может заменить своего представителя в ходе исполнения Договора. В случае такой замены Сторона, заменяющая своего представителя должна письменно уведомить другую Сторону о такой замене за 3 (три) рабочих дня до даты замены. Замена вступает в силу с даты получения Стороной соответствующего уведомления.

Дополнением № 1 к Договору установлены официальные представители сторон: Е.А. Рока, И.Г. Суворов, Н.А. Молчанова — от ООО «Денцу-Смарт», О.О. Фоменко, М.В. Лучкова, А. Артомонов — от ООО «ТОТАЛ ВОСТОК». Для каждого исполнителя указан номер телефона/факса и адрес электронной почты.

Согласно пункту 3.1.1 Договора, ООО «Денцу-Смарт» обязуется оказать ООО «ТОТАЛ ВОСТОК» услуги и выполнять для ООО «ТОТАЛ ВОСТОК»

работы в строгом соответствии с условиями Договора и Приложений к нему, с должными профессиональными навыками и добросовестностью.

Согласно пункту 3.1.2 Договора, ООО «Денцу-Смарт» обязуется в сроки, согласованные сторонами, предоставлять ООО «ТОТАЛ ВОСТОК» результаты выполненных работ.

Согласно пункту 3.1.3 Договора, ООО «Денцу-Смарт» обязуется своевременно и в полном объеме сообщать Заказчику обо всех обстоятельствах, препятствующих или делающих невозможным оказание услуг и/или выполнение работ по Договору и Приложениям к Договору.

Согласно пункту 3.1.5 Договора, в случае, если в ходе оказания услуг и/или выполнения работ по соответствующему Приложению к Договору у ООО «Денцу-Смарт» возникнет необходимость предоставлять на утверждение ООО «ТОТАЛ ВОСТОК» информационные материалы, документы, подлежащие утверждению ООО «ТОТАЛ ВОСТОК», то ООО «Денцу-Смарт» предоставляет их на согласование ООО «ТОТАЛ ВОСТОК» в порядке и сроки, согласованные и указанные Сторонами в соответствующем Приложении к Договору.

Согласно пункту 3.2.2 Договора, в случае, если соответствующим Приложением к Договору сторонами согласована и указана обязанность ООО «ТОТАЛ ВОСТОК» предоставлять исполнителю информацию, документы и материалы, необходимые ООО «Денцу-Смарт» для оказания услуг и/или выполнения работ, ООО «Денцу-Смарт» вправе без наложения на него штрафных санкций не приступать к оказанию услуг и/или выполнению работ по соответствующему Приложению до даты предоставления ООО «ТОТАЛ ВОСТОК» необходимых документов, информации и материалов.

Согласно пункту 3.3 Договора, ООО «ТОТАЛ ВОСТОК» обязуется выдавать ООО «Денцу-Смарт», по его письменному требованию, разъяснения, касающиеся оказания услуг и/или выполнения работ по Договору и Приложениям.

Согласно пункту 3.3.4 Договора, ООО «ТОТАЛ ВОСТОК» обязуется предоставлять ООО «Денцу-Смарт» исходные материалы и информацию, необходимые ООО «Денцу-Смарт» для оказания услуг и/или выполнения работ в порядке, сроки и на условиях, согласованных и указанных Сторонами в соответствующих Приложениях к Договору.

Согласно пункту 3.3.4 Договора, ООО «ТОТАЛ ВОСТОК» обязуется рассматривать, корректировать, согласовывать и утверждать материалы и документы, подготовленные и предоставленные ООО «Денцу-Смарт» для согласования и утверждения, в порядке, сроки и на условиях, согласованных и указанных Сторонами в соответствующих Приложениях, к Договору. Указанные материалы и документы Стороны могут согласовывать и утверждать посредством электронной и факсимильной связи.

Согласно пункту 3.3.7 Договора, ООО «ТОТАЛ ВОСТОК» обязуется своевременно и в полном объеме сообщать Исполнителю обо всех обстоятельствах, препятствующих или делающих невозможным оказание услуг



и/или выполнение работ по Договору и Приложениям к Договору.

Согласно пункту 3.4.1 Договора, ООО «ТОТАЛ ВОСТОК» вправе проверять ход и качество оказания услуг и/или выполнения работ.

Исходя из представленных ООО «ТОТАЛ ВОСТОК» и ООО «Денцу-Смарт» в материалы дела № 3-5-87/77-14 документов и пояснений установлено, что рассматриваемая реклама размещена на основании Дополнительного соглашения № 1 от 17.02.2014 к Договору.

В соответствии с письменными пояснениями ООО «Денцу-Смарт» (вх. № 51132 от 22.12.2014), Общество осуществляло разработку макетов рекламных материалов для ООО «ТОТАЛ ВОСТОК», в том числе макет рассматриваемой рекламы, на основании представленной ООО «ТОТАЛ ВОСТОК» информации: фотоизображения, слогана, логотипа, информации о рекламодателе. ООО «ТОТАЛ ВОСТОК» указанные факты и способ создания данной рекламы не оспаривается.

ООО «Денцу-Смарт», в свою очередь, был заключен договор на распространение изготовленной им рекламы, объектом рекламирования которой являются товары ООО «ТОТАЛ ВОСТОК», с рекламодателем, учредителем и издателем журнала «Популярная механика. Popular Mechanics», ООО «ФЭШН ПРЕСС».

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

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламопроизводителем является лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

На основании изложенного, установлено, что ООО «Денцу-Смарт» является рекламопроизводителем, а ООО «ТОТАЛ ВОСТОК» - рекламодателем рекламы «ELF — формула № 1 для Вашего двигателя», размещенной в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», май 2014 г., на странице 49, в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», июнь 2014 г., на странице 85.

Установлено, что в порядке Дополнительного соглашения № 1, пунктов 1.2, 3.1.1 Договора ООО «ТОТАЛ ВОСТОК» указано исполнителю, ООО «Денцу-Смарт», на необходимость включения в рекламу обязательного элемента — слогана «Формула № 1 для Вашего двигателя». Сведений, подтверждающих соответствие данного утверждения нормам Закона о рекламе в отсутствие указания критериев и объективных подтверждений ООО «ТОТАЛ ВОСТОК» в адрес ООО «Денцу-Смарт» не представлено.

Данный факт подтверждается также электронным письмом, представленным в материалы дела, направленным представителем ООО «ТОТАЛ ВОСТОК» И.Г. Суворовым представителю ООО «Денцу-Смарт» О.О. Фоменко (утвержденные представители в порядке пункта 2.5 Договора,

Дополнения № 1 к Договору).

Таким образом, установлено, что утверждение «ELF — формула № 1 для Вашего двигателя» включено в рекламный макет на основании требования ООО «ТОТАЛ ВОСТОК», в соответствии с положениями Договора и в рамках гражданско-правовых отношений сторон. ООО «ТОТАЛ ВОСТОК» не представлена ООО «Денцу-Смарт» какая-либо уточняющая или подтверждающая информация данного утверждения. В материалы дела также не представлена информация об истребовании в соответствии с пунктами 3.1.5, 3.4.1 для согласования макета спорной рекламы, в том числе, с целью избежания вышеописанного нарушения Закона о рекламе, а равно сообщения ООО «Денцу-Смарт» дополнительной информации в порядке пунктов 3.3.4, 3.3.3 Договора.

В свою очередь, изготавливая спорную рекламу, ООО «Денцу-Смарт» включил указанное утверждение в рекламу также без указания какой-либо дополнительной информации, необходимой в соответствии с Законом о рекламе. ООО «Денцу-Смарт» данная информация также не запрошена у ООО «ТОТАЛ ВОСТОК», не смотря на наличие такой возможности, прямо предусмотренной пунктами 3.1.3, 3.2.2, 3.3 Договора.

Изготавливая спорную рекламу, ООО «Денцу-Смарт» не проявил должной степени заботливости и осмотрительности при осуществлении своей деятельности, в связи с чем допустил в изготовленной им рекламе нарушение законодательства о рекламе. Общество имело возможность для соблюдения норм и правил содержания рекламы, однако не приняло все возможные и зависящие от него меры, в том числе, прямо вытекающие из Договора.

В соответствии со статьей 309 Гражданского кодекса Российской Федерации, обязательства должны исполняться надлежащим образом в соответствии с условиями обязательства и требованиями закона, иных правовых актов, а при отсутствии таких условий и требований - в соответствии с обычаями делового оборота или иными обычно предъявляемыми требованиями.

ООО «ТОТАЛ ВОСТОК» обязало включить ООО «Денцу-Смарт» в Договор утверждение, наличие которого само по себе не является нарушением Закона о рекламе, однако должно сопровождаться наличием в тексте рекламы критерия сравнения и его объективного подтверждения. Данные сведения ООО «ТОТАЛ ВОСТОК» в адрес ООО «Денцу-Смарт» не передавались, никаких действий, направленных на изменение согласованного макета рекламы ООО «ТОТАЛ ВОСТОК» не предпринимались, не смотря на наличие таких возможностей, прямо предусмотренных Договором.

Указанное подтверждается тем, что исходя из письменных пояснений ООО «ТОТАЛ ВОСТОК», Общество считало данное утверждение не требующим наличия дополнительных сносок, уточнений и т. п., что противоречит законодательству о рекламе.

Согласно части 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за

нарушение требований, установленных пунктом 1 части 2, пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

Согласно части 8 статьи 38 Закона о рекламе, рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в части 6 статьи 38 Закона о рекламе, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Резюмируя вышеизложенное, должностное лицо Московского УФАС России считает установленным нарушение ООО «Денцу-Смарт» пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе при распространении рекламы «ELF — формула № 1 для Вашего двигателя» в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», май 2014 г., на странице 49, в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», июнь 2014 г., на странице 85.

Таким образом, ответственность за нарушение пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе при распространении рекламы «ELF — формула № 1 для Вашего двигателя» в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», май 2014 г., на странице 49, в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», июнь 2014 г., на странице 85 несет ООО «Денцу-Смарт».

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 «Денцу-Смарт» состоит в размещении рекламы «ELF — формула № 1 для Вашего двигателя» в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», май 2014 г., на странице 49, в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», июнь 2014 г., на странице 85, с нарушением требований пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе. Должностным лицом Московского УФАС России не установлено объективных обстоятельств, делающих невозможным соблюдение указанных требований.

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 п. 7 ч. 1 ст. 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).

31.12.2014 Комиссией Московского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по результатам рассмотрения дела № 3-5-87/77-14 ООО «Денцу-Смарт» было выдано предписание № 170 о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно о прекращении размещения рекламы «ELF — формула № 1 для Вашего двигателя» с нарушением пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

ООО «Денцу-Смарт» до вынесения настоящего постановления в адрес Московского УФАС России представлены документы подтверждающие исполнение предписания № 170 от 31.12.2014.

Таким образом, установлено обстоятельство, смягчающее административную ответственность ООО «Денцу-Смарт».

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность ООО «Денцу-Смарт», не установлено.

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 ФЗ «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 «Денцу-Смарт» (адрес: 121609, г. Москва, ул. Осенняя, д. 11, ОГРН 1087746757944, ИНН 7731596504, КПП 773101001) 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 «Денцу-Смарт», 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 770601001

БИК 044583001

р/с 40101810800000010041

КБК 161 1 16 26000 01 6000140

ОКТМО 45384000

Назначение платежа: административный штраф по делу № 4-14.3-118/77-15.

Согласно ч. 1 ст. 20.25 КоАП РФ неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном 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.