

ПОСТАНОВЛЕНИЕ
о назначении административного наказания по делу
об административном правонарушении № 4-14.3-341/77-15

«08» июня 2015 года

г. Москва

Я, <...>, рассмотрев протокол об административном правонарушении от 25.05.2015 и материалы дела № 4-14.3-341/77-15 об административном правонарушении, возбужденного в отношении ООО «Импрув медиа» в связи с нарушением пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившимся 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, ответственность за которые предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ),

в присутствии защитника ООО «Импрув медиа» по доверенности в лице <...>,

УСТАНОВИЛ:

ООО «Импрув медиа» (адрес: 115114, г. Москва, ул. Летниковская, д. 2, стр. 2) является юридическим лицом, зарегистрировано и включено в Единый государственный реестр юридических лиц 30.05.2013 за основным государственным регистрационным номером 1137746461203, ИНН 7705541347, КПП 770501001.

ООО «Импрув медиа» разместило в журнале «Домашний Очаг Good Housekeeping», июль 2014 г., на странице 34 рекламу «my inmyroom. Самый популярный сайт о доме и дизайне».

Решением Комиссии Московского УФАС России от 25.02.2015 по делу № 3-5-86/77-14 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении рекламы «my inmyroom. Самый популярный сайт о доме и дизайне» в журнале «Домашний Очаг Good Housekeeping», июль 2014 г., на странице 34, установлен факт нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившийся 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.

Реклама «*my inmyroom*. Самый популярный сайт о доме и дизайне» в журнале «Домашний Очаг *Good Housekeeping*», июль 2014 г., на странице 34, содержит информацию о сайте www.inmyroom.ru.

В соответствии с частью 1 статьи 5 Федерального закона от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», информация может являться объектом публичных, гражданских и иных правовых отношений. Информация может свободно использоваться любым лицом и передаваться одним лицом другому лицу, если федеральными законами не установлены ограничения доступа к информации либо иные требования к порядку ее предоставления или распространения.

В соответствии с пунктом 5 статьи 2 Федерального закона от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», под информационной продукцией понимается, в том числе, информация, распространяемая посредством информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети «Интернет».

Положения статьи 2 Федерального закона от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» устанавливают, что сайтом в сети Интернет является совокупность программ для электронных вычислительных машин и иной информации, содержащейся в информационной системе, доступ к которой обеспечивается через сеть Интернет по доменным именам и (или) по сетевым адресам, позволяющим идентифицировать сайты в сети Интернет. Доменным именем является обозначение символами, предназначенное для адресации сайтов в сети Интернет в целях обеспечения доступа к информации, размещенной в сети Интернет.

Данная позиция антимонопольного органа подтверждается, в частности, наличием в Законе о рекламе отдельных норм, регулирующих размещение рекламы, объектом рекламирования которой является информационная продукция, а равно сайты в сети Интернет (часть 10.1 статьи 5 Закона о рекламе).

Таким образом, исходя из системного толкования норм законодательства Российской Федерации, сайт в сети Интернет представляет из себя место размещения информации, используется, в том числе, для достижения коммерческой выгоды и осуществления предпринимательской деятельности, а равно относится к объектам рекламирования в качестве товара (продукта деятельности Общества) в понимании пункта 3 части 3 Закона о рекламе.

Кроме того, установлено, что сайт в сети Интернет www.inmyroom.ru является информационным ресурсом, направленным не только на доведение до потребителя поименованной Обществом справочной информации: фотографии, советы, идеи интерьеров и т.п. Также, на указанном сайте размещается возмездная реклама третьих лиц (в частности на момент вынесения постановления на главной странице сайта размещалась реклама «ИКЕА»).

На рассматриваемом сайте присутствуют и ссылки на товары (<http://www.inmyroom.ru/products>) и услуги (<http://www.inmyroom.ru/profi>) третьих лиц, находящиеся в гражданском обороте. Должностное лицо Московского УФАС России также отмечает, что указание на возможность приобретения товара содержится в самом тексте спорной рекламы, а именно «выбрать понравившийся интерьер и купить для него все необходимое».

Резюмируя изложенное, объектом рекламирования рассматриваемой рекламы является сайт в сети Интернет по адресу www.inmyroom.ru.

Также, установлено, что рассматриваемая реклама содержит пометку «реклама», размещается на основании гражданско-правовых отношений рекламодателя и рекламораспространителя.

На основании изложенного, рассматриваемая информация «my inmyroom. Самый популярный сайт о доме и дизайне» в журнале «Домашний Очаг Good Housekeeping» июль 2014 г., на странице 34 является рекламой, объектом рекламирования которой является сайт в сети Интернет www.inmyroom.ru.

Кроме того, рассматриваемая реклама содержит следующую информацию, характеризующую объект рекламирования: «Самый популярный сайт о доме и дизайне, на котором можно выбрать понравившийся интерьер и купить для него все необходимое».

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 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.

Установлено, что спорная реклама содержит утверждения о превосходстве объекта рекламирования над товарами (услугами) конкурентов, а именно: «Самый популярный сайт о доме и дизайне...», 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 (услугами), 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, осуществляющими аналогичную деятельность.

Как указывалось выше, для целей Закона о рекламе (пункт 3 статьи 3), понимается, в том числе, работа, услуга. Кроме того, понятие объекта рекламирования не ограничено только непосредственно товаром, включает в себя также средства индивидуализации юридического лица и (или) товара.

При этом само по себе понятие товара, указанное в диспозиции пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, исходит из всей совокупности сведений, которые относятся к собственной деятельности рекламируемого лица (его товара, услуг).

В соответствии с информацией, размещенной на странице www.InMyRoom.ru в сети Интернет и доступной на русском языке — <http://www.inmyroom.ru/pages/about>, «*inmyroom.ru - социальная платформа для взаимодействия профессионалов рынка, продавцов и всех, кто хочет преобразить свой дом: от фоторамки до полной перепланировки.*

InMyRoom.ru объединяет всех тех, кто любит свой дом, и тех, кто помогает им сделать дом уютнее и красивее - профессионалов рынка и компании. Найдите в Статьях или Фотографиях лучшие идеи и товары, из которых эти интерьеры состоят. InMyRoom.ru поможет с идеями от маленьких мелочей до целого ремонта».

Всем тем, кто хочет чтобы его дом был красивым и уютным. Мы даем советы и помогаем в поиске новых идей. Тем, кто планирует ремонт.

Собирайте понравившиеся интерьеры и добавляйте их в альбомы. Профессионалам рынка (архитекторы, дизайнеры, декораторы и др.). У нас вы можете разместить свое портфолио и найти новых заказчиков или партнеров. Компаниям, работающим в сегменте Home&Decor (студии, салоны мебели, интернет-магазины, образовательные компании и др.)».

Словосочетание «самый популярный» выступает в данном случае сравнительной характеристикой объекта рекламирования, сайта inmugoom.ru, по одному из параметров и основных предназначений — распространению и доведению до потребителя новостей. Т. е. «самый популярный» является конкретным критерием объекта рекламирования, по которому осуществляется сравнение и который должен иметь в рекламе объективное подтверждение.

Между тем, такое объективное подтверждение либо иная информация, обосновывающая приведение данных сведений, в рекламе отсутствует.

Таким образом, указанный критерий употреблен в форме, однозначно указывающий на превосходство сайта inmugoom.ru по данному критерию в отсутствие объективного подтверждения такого превосходства.

На основании изложенного, при распространении рекламы «my inmugoom. Самый популярный сайт о доме и дизайне» в журнале «Esquire», июль 2014 г., на странице 34 установлено нарушение 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.

Согласно частям 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, несет только рекламодатель.

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.

Рассматриваемая реклама размещалась на основании договора на размещение рекламы № 26096 от 16.05.2014, заключенного между ООО «ФЭШН ПРЕСС» и ООО «Импрув Медиа», приложения № 1 от 16.05.2014 к указанному договору.

В соответствии с предметом договора на размещение рекламы № 26096 от 16.05.2014, ООО «ФЭШН ПРЕСС» обязалось предоставить ООО «Импрув Медиа» услуги по размещению рекламы в журналах, издателем которых является ООО «ФЭШН ПРЕСС», и организовать распространение изданий, в которых публикуется реклама, в объеме выпускаемого тиража.

На основании изложенного, установлено, что ООО «Импрув Медиа» является рекламодателем рекламы «*my inmyroom. Самый популярный сайт о доме и дизайне*», размещенной в журнале «Домашний Очаг Good Housekeeping», июль 2014 г., на странице 34.

Резюмируя изложенное, должностное лицо Московского УФАС России считает установленным нарушение ООО «Импрув медиа» пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе при распространении рекламы «*my inmyroom. Самый популярный сайт о доме и дизайне*» в журнале «Esquire», июль 2014 г., на странице 34.

Представитель ООО «Импрув медиа» при рассмотрении настоящего дела представил объяснения по факту административного правонарушения.

В представленных объяснениях Общество ссылается на то, что сайт в сети Интернет не подпадает под понятие «товар» в связи с тем, что не предназначен для продажи, не вводится в оборот каким-либо другим способом.

Вместе с тем, как указывалось выше, исходя из системного толкования норм законодательства Российской Федерации, сайт в сети Интернет относится к объектам рекламирования в качестве товара (продукта деятельности Общества) в понимании пункта 3 части 3 Закона о рекламе, относится к собственной деятельности юридического лица и может быть реализован для удовлетворения потребностей организации, в связи с чем доводы Общества несостоятельны. Факт получения коммерческой выгоды от указанного сайта напрямую подтверждается использованием его, в том числе, для размещения рекламы третьих лиц.

Кроме того, по мнению Общества, положения пункта 3 части 2 статьи 2 Закона о рекламе напрямую исключают интернет сайт www.inmyroom.ru из сферы регулирования Закона о рекламе, поскольку интернет сайт www.inmyroom.ru служит для предоставления справочной информации по ремонту, содержит информационные материалы, посвященные дизайну помещений и носит информационно-справочный характер.

Согласно пункта 3 части 2 статьи 2 Закона о рекламе, данный Закон не распространяется на справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой.

Между тем, применение положений части 2 статьи 2 Закона о рекламе к спорной рекламе основано на неверном толковании ООО «Импрув медиа» норм материального права.

Как установлено выше, спорная информация «*my inmyroom. Самый популярный сайт о доме и дизайне*» в журнале «Домашний Очаг Good Housekeeping», июль 2014 г., на странице 34 является рекламой. Данный факт подтверждается приведенной выше оценкой рассматриваемой рекламы, в том числе наличием объекта рекламирования, гражданско-правовым договором между рекламодателем и рекламораспространителем, предметом данного

договора. В свою очередь, журнал «Домашний Очаг Good Housekeeping» является местом размещения рассматриваемой рекламы, а сайт в сети Интернет inmyroom.ru – объектом рекламирования.

По мнению представителя ООО «Импрув медиа», пункт 3 части 2 статьи 2 Закона о рекламе может быть применим непосредственно к части содержания сайта inmyroom.ru. Однако в рассматриваемом случае предметом оценки и объектом правонарушения является факт размещения рекламы в периодическом печатном издании, а не содержание объекта рекламирования такой рекламы.

Субъективная оценка стороной по делу содержания сайта, на продвижение и привлечение внимания к которому направлена спорная реклама, не может свидетельствовать о не рекламном характере рассматриваемой рекламы самой по себе. При этом, никаких ограничений на возможность рекламирования, в том числе, справочно-информационных и аналитических материалов Законом не установлено.

Таким образом, пункт 3 части 2 статьи 2 Закона о рекламе не может быть применен непосредственно к рекламе сайтов в сети Интернет (пускай и содержащих ряд справочно-информационных материалов), а лишь к содержанию таких сайтов как таковых.

Также, Общество указывает, что информация о том, что www.inmyroom.ru является самым популярным в сети Интернет имеет свое подтверждение, так как в официальном рейтинге поисковой системы Rambler – Rambler Top100 сайт www.inmyroom.ru занимает первую позицию в категории сайтов посвященных дизайну интерьеров.

Вышеуказанный довод Общества не может быть принят должностным лицом во внимание в связи с тем, что в спорной рекламе какое-либо подтверждение утверждения о популярности рассматриваемого сайта отсутствовало.

Использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами (в настоящем случае путем употребления слова в превосходной степени «самый») должно производиться, в том числе, с указанием объективного подтверждения конкретного критерия. Реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, считается недостоверной.

Кроме того, распечатка рейтинга Rambler Top100 за 2015 год, представленная Обществом, не может являться таким подтверждением, так как несоотносима с датой совершения правонарушения (июнь 2014 года).

Местом совершения административного правонарушения является территория распространения журнала «Домашний Очаг Good Housekeeping», в том числе город Москва.

Время совершения административного правонарушения — 10.06.2014 (первый день распространения журнала «Домашний Очаг Good Housekeeping», июль 2014 г.).

Таким образом, ответственность за нарушение пункта 1 части 3 статьи 5

Закона о рекламе при распространении рекламы «my inmyroom. Самый популярный сайт о доме и дизайне», размещенной в журнале «Домашний Очаг Good Housekeeping», июль 2014 г., на странице 34, несет ООО «Импрув медиа».

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 «Импрув медиа» состоит в размещении рекламы «my inmyroom. Самый популярный сайт о доме и дизайне» в журнале «Домашний Очаг Good Housekeeping», июль 2014 г., на странице 34, 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.

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.

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.

Обстоятельств, смягчающих административную ответственность, обстоятельств, отягчающих административную ответственность ООО «Импрув медиа», 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 части 1 статьи 14.3 КоАП РФ назначить ООО «Импрув медиа» (адрес: 115114, г. Москва, ул. Летниковская, д. 2, стр. 2; ОГРН 1137746461203, ИНН 7705541347, КПП 770501001) 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 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 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 «Импрув медиа», перечислением через банк, обслуживающий хозяйствующий субъект.

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

Получатель: УФК по г. Москве (для Московского УФАС России, л/с 04731324890)

Банк получателя: Отделение 1 Москва)

ИНН 7706096339

КПП 770101001

БИК 044583001

р/с 40101810800000010041

КБК 161 1 16 26000 01 6000140

ОКТМО 45375000

Назначение платежа: административный штраф по делу № 4-14.3-341/77-

15.

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.

Приложение: квитанция на 1 листе.