

ПРОТОКОЛ № 012/04/14.3-345/2023

об административном правонарушении

«27» апреля 2023 года г. Йошкар – Ола

Протокол составлен ведущим специалистом-экспертом отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Марийского УФАС России <...> в соответствии со статьей 28.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ООО «Татнефть-АЗС Центр» (ИНН 1644040195 ОГРН 1061644064371, 423458, Республика Татарстан, р-н Альметьевский, г. Альметьевск, ул. Ризы Фахретдина, д.37) по факту распространения наружной рекламы по адресу: Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, ул. Суворова, д. 19 с нарушением требований части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», ответственность за которое административное правонарушение предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ),

Место, время совершения и событие административного правонарушения:

Место совершения административного правонарушения: г. Йошкар-Ола.

Время совершения административного правонарушения: период с 12.12.2022 (дата обнаружения рекламной информации) - по 03.02.2023 (дата демонтажа рекламной конструкции).

Специалистами Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) 12.12.2022, 11.01.2023 установлен факт размещения наружной рекламы по адресу: Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, ул. Суворова, д. 19, следующего содержания:

В соответствии со ст. 1 Закона о рекламе целями данного Федерального закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в РФ единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства РФ о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Целью любого закона является защита и охрана определенных общественных интересов. Включение законодателем в цели Закона о рекламе предотвращения и пресечения ненадлежащей рекламы, говорит о том, что распространение такой рекламы уже является угрозой общественным интересам, охраняемым данным законом.

В соответствии с п. 1, 2, 3 ст. 3 Закона о рекламе реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, 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.

Объект рекламирования - 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.

Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками адресована неопределенному кругу лиц; направлена на привлечения внимания потребителей к услугам и товарам, предоставляемые соответствующим рекламодателем и осуществляемой им деятельности.

Реклама призвана быть убеждающей по своему характеру с тем, чтобы привлечь к товару (услуге), юридическому или физическому лицу, идее, начинанию, сформировать положительное представление о них. Признаком рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке.

По смыслу данной статьи под рекламой понимаются сведения, распространяемые исключительно для формирования и поддержания интереса к юридическому или физическому лицу, его товарам, идеям и начинаниям.

Реклама должна влиять на мотивацию потребителя при выборе товара (услуги) и побуждать его совершить определенные действия в отношении объекта рекламирования, вступить в конкретные правоотношения. Такая способность является отличительной чертой рекламы.

Согласно правовой позиции Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации, изложенной в пункте 1, 2 Постановления Пленума от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», в пункте 1 статьи 3 Закона о рекламе указано, что 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, является рекламой и должна, в связи с этим отвечать требованиям, предъявляемым Законом о рекламе.

Не может быть квалифицирована в качестве рекламы информация, которая хотя и отвечает перечисленным критериям, однако обязательна к размещению в силу закона или размещается в силу обычая делового оборота.

К такой информации относятся, в частности, сведения, предоставляемые лицами в соответствии со статьей 495 Гражданского кодекса Российской Федерации, статьей 9 и 10 Закона Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей». Не следует рассматривать в качестве рекламы и размещение наименования (коммерческого обозначения) организации в месте ее нахождения, а также иной информации для потребителей непосредственно в месте реализации товара, оказания услуг (например, информации о режиме работы, реализуемом товаре), поскольку размещение такой информации в указанном месте не преследует целей, связанных с рекламой.

Таким образом, разграничение рекламной конструкции и вывески может быть осуществлено с учетом целевого назначения содержащихся в них сведений, которое выявляется в результате оценки обстоятельств размещения таких сведений, в том числе внешнего вида, характера, размера и места расположения указанной конструкции.

Марийское УФАС России, оценив содержание и способ размещения информации, пришла к выводу, что она по своему содержанию не относится к сведениям, предусмотренным законодательством для обязательного размещения, а направлена на привлечение внимания потребителей к объектам рекламирования – реализация нефтепродуктов по акции «Просто выгодно!»).

Размещенная информация «Большая экономия* на бензин АИ-92 АИ-95 АКЦИЯ- 2 руб.» привлекает интерес потребителей к деятельности автозаправочной станции, дает явное представление о реализации нефтепродуктов и по своему содержанию и формату размещения направлена на привлечение внимания всех потенциальных потребителей, и поддержание интереса, как к продавцу, так и к ассортименту реализуемой им продукции.

Таким образом, оспариваемая конструкция подпадает под понятие наружной рекламы, поскольку исключительной или основной целью размещения спорной конструкции является не указание сведений о юридическом лице в соответствии с требованиями действующего законодательства и обычаями делового оборота, а привлечение внимания неопределенного круга лиц к оказываемым им услугам.

Согласно части 1 статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Закона о рекламе не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Антимонопольным органом установлено, что на стене, размещенной в месте нахождения автозаправочной станции по адресу: Республике Марий Эл, г. Йошкар-Ола, ул. Суворова, д. 19, размещалась реклама следующего содержания: «Большая экономия* на бензин АИ-92 АИ-95 АКЦИЯ -2 РУБ».

ООО «Татнефть – АЗС Центр» в материалы дела представлено положение о проведении акции «Просто выгодно!».

Из содержания положения следует, что в период проведения акции устанавливаются настройки, предполагающие снижение цены реализации на АИ-92, АИ-95 на 2 рубля при заправке от 20 до 100 литров от утвержденного прейскуранта на дату заправки (п. 3.1. положения).

Пунктом 3.2 определено, что в период проведения акции всем участникам, в зависимости от статуса участника начисляются повышенные бонусы от суммы покупки на АЗС, участвующих в акции:

3.2.1 при серебряном статусе участника начисляется 4,5% бонусов от суммы покупки акционного товара.

3.2.2 при золотом статусе участника начисляется 6% бонусов от суммы покупки акционного товара

3.2.3 при платиновом статусе участника начисляется 8% бонусов от суммы покупки акционного товара.

Использование привлекательного рекламного предложения в предоставлении заправки автомобильным топливом марками АИ-92, АИ-95 по цене -2 руб. за литр, вводит потребителей рекламы в заблуждение, поскольку, при этом, требуется соблюдение дополнительного условия – заправка от 20 до 100 литров от утвержденного прейскуранта на дату заправки, возможность начисления повышенных бонусов.

Вместе с тем, в тексте данной рекламы отсутствуют вышеуказанные условия, однако данное условие является существенным для потребителя в принятии решения заправки автомобиля именно на данной АЗС, вследствие чего потребитель может решить, что граждане могут получить скидку (-2 руб.) без каких-либо дополнительных условий.

Вместе с тем, сотрудниками Марийского УФАС России 12.12.2022 приобретен товар бензин АИ-95 в количестве 10 л. Однако скидка потребителю не предоставлена.

Марийское УФАС России полагает, что вся существенная информация должна доводиться до потребителя непосредственно в рекламе для того, чтобы обеспечить возможность с ней ознакомиться, так как она может существенно повлиять на его выбор при намерении воспользоваться услугами.

В соответствии с пунктом 28 Постановления Пленума ВАС РФ № 58 от 08.10.2012 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» следует, что рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

Поэтому, если в рекламе отсутствуют существенные условия, содержащиеся в частности обязательные сведения или условия продажи товара (оказания услуг), то данная реклама признается ненадлежащей.

Исходя из понятия рекламы, реклама предназначается для распространения среди неопределенного круга лиц, в связи с чем, вся информация, включая обязательные условия приобретения товара, должна быть доступна для потребителей при ознакомлении с рекламой без специальных усилий и применения специальных средств.

Реклама должна быть четко, ясно доведена до потребителей и восприниматься им однозначно.

В данном случае, информация, содержащая предложение заправки по привлекательной цене, при этом без содержания дополнительных условий не может быть получена потребителем на момент ознакомления с рекламой без дополнительного обращения к работникам АЗС или в операторской.

При этом, оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Таким образом, возможность получения дополнительной информации о проводимой акции у операторов АЗС в здании операторской, не может расцениваться как надлежащая рекламная информация.

В данном случае, потребители не получают всю необходимую для осознанного выбора информацию из рекламы и вводятся в заблуждение.

Марийского УФАС России полагает, что на момент ознакомления с рекламой, потребитель не имел возможности ознакомления с существенной информацией о рекламируемом товаре, что привело к искажению смысла рекламной информации и ввело его в заблуждение.

Таким образом, Марийское УФАС России приходит к выводу, что рассматриваемая реклама ООО «Татнефть АЗС Центр» нарушает требования ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе установлена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на юридических лиц от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Согласно пункту 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 предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Согласно части 2 статьи 24.2 лицам, участвующим в производстве по делу об административном правонарушении и не владеющим языком, на котором ведется производство по делу, обеспечивается право выступать и давать объяснения, заявлять ходатайства и отводы, приносить жалобы на родном языке, либо на другом свободно избранном указанными лицами языке общения, а также пользоваться услугами переводчика.

В соответствии с пунктом 1 статьи 25.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами, в том числе правом обжаловать постановление по делу в течение 10 дней согласно статьям 30.1, 30.3 КоАП РФ.

Протокол составлен по правилам статьи 28.2 КоАП РФ в присутствии представителей ООО «Татнефть – АЗС-Центр» <...>, <...>, <...>, <...>, по доверенности.

Общество надлежащим образом извещен о дате, времени и месте составления протокола. В адрес ООО «Татнефть-Азс- Центр» направлено уведомление, которое получено обществом 07.04.2023.

С протоколом ознакомлен(а),

права и обязанности разъяснены.

(ФИО, подпись лица, привлекаемого

к административной ответственности)

_____ <...> _____

(Ф.И.О. составившего протокол)

_____ 2023 г. _____

(подпись)

Объяснения лица, в отношении которого возбуждено дело об административном правонарушении:

В соответствии со ст. 28.2 КоАП РФ копию протокола получил:

(ФИО лица, получившего протокол)

« » _____ 2023 г. _____

(подпись)

Дата, место и время рассмотрения дела об административном правонарушении: 10 мая 2023 года в 14 час. 00 мин (по московскому времени) по адресу: ул. Волкова, д. 164, г. Йошкар-Ола, Республика Марий Эл, 424000.

Сообщаем, что возможность участия в рассмотрении протокола будет организована посредством удаленного доступа через программу «TrueConf» по ссылке (<https://fas1.tconf.ru/c/2611567917>).

Подключение к конференции возможно в том числе со смартфона или планшета под управлением операционной системы Android или iOS.

Инструкция для участников видеоконференцсвязи прилагается к настоящему уведомлению.

Информацию о невозможности участия посредством удаленного доступа необходимо сообщить до 10.05.2023.

