РЕШЕНИЕ

по делу № 012/05/18-875/2021

о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«13» октября 2021 года г. Йошкар-Ола

Резолютивная часть решения объявлена: «12» октября 2021 года

Полный текст решения изготовлен: «13» октября 2021 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя – начальник отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Марийского УФАС России,

член Комиссии – ведущий специалист-эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов,

член Комиссии – ведущий специалист – эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов,

рассмотрев дело № 012/05/18-875/2021 по факту распространения рекламной информации ООО «ПТК МИР», поступившей на адрес электронной почты Марийского УФАС России: to12@fas.gov.ru,

УСТАНОВИЛА:

31.08.2021 на адрес электронной почты Марийского УФАС России: to12@fas.gov.ru от ООО «ПТК-МИР» поступило письмо с информацией следующего содержания: «Уважаемы коллеги, день добрый! Просьба рассмотреть/передать наши КП в ОМТС или коммерческий отдел. Комплексное оснащение предприятий материалами, оборудованием, рабочей одеждой и обувью – все необходимое для полноценной работы, для

защиты жизни и охраны труда предлагает компания «ПТК МИР».

ООО «ПТК-МИР» в ответ на определение о возбуждении дела № 012/05/18-875/2021 представило письменные пояснения (вх. №9463 от 08.10.2021), в которых указало, что указание в тексте письма организации профиля ее деятельности либо ассортимента реализуемых товаров, может быть признано обычаем делового оборота и нормы Закона о рекламе.

Кроме того, ООО «ПТК-МИР» считает, что Марийское УФАС России не может быть определено как потребитель рекламы в рассматриваемом случае, а направленное сообщение не может быть объектом рекламы.

Согласно статье 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) реклама - 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 пункте 2 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» установлено, что при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы необходимо учитывать, что 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 соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, 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.

Информация, указанная в рассматриваемом сообщении, поступившая на электронную почту Марийского УФАС, является рекламой, так как направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования и не содержит сведения о конкретном получателе информации, в ней указано: «Уважаемые коллеги, день добрый», следовательно, направлена неопределенному кругу лиц.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как

предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о неком лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена (Письмо ФАС России от 05.04.2007 №АЦ/4624 «О понятии «неопределенный круг лиц»).

Если рекламная информация представляет интерес и доступна также и иным лицам, не только входящим в ее целевую аудиторию, то направленность такой рекламы выходит за пределы целевой аудитории и относится к неопределенному кругу лиц.

Квалификация информации как рекламы либо иного рода информации зависит от совокупности направленности и содержания сути сведений, приведенных в такой информации (Письмо ФАС России от 20.06.2018 № АД/45557/18 «Об оценке неопределенного круга лиц в рекламе»).

В соответствии с частью 4 статьи 3 Закона о рекламе ненадлежащей рекламой признается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

На основании части 1 статьи 18 Закона о рекламе распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы. При этом реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента или адресата, если рекламораспространитель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламораспространитель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

При этом распространение рекламы в сети Интернет посредством адресных рассылок по электронной почте пользователям почтовых адресов допускается при условии предварительного согласия адресата, которое может быть получено при предоставлении ему электронного почтового ящика.

В соответствии со статьей 2 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи» электросвязь - это любые излучение, передача или прием знаков, сигналов, голосовой информации, письменного текста, изображений, звуков или сообщений любого рода по радиосистеме, проводной, оптической и другим электромагнитным системам; абонент - пользователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации.

В пункте 15 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 8 октября 2012 года № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» разъяснено, что в данном случае под абонентом или адресатом

надлежит понимать лицо, на чей адрес электронной почты или телефон поступило соответствующее рекламное сообщение.

Однако Закон о рекламе не определяет порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи. Следовательно, согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя.

Вместе с тем, согласие на получение вышеуказанной рекламы Марийское УФАС России не предоставляло ООО «ПТК МИР». Кроме того, доказательств, подтверждающих обратное, данным обществом не представлено.

На основании вышеизложенного Марийским УФАС России усматривается нарушение части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушения части 1 статьи 18 указанного закона несет рекламораспространитель.

Рассылка рассматриваемой рекламы осуществлена ООО «ПТК МИР, следовательно, данное юридическое лицо является ее рекламодателем, рекламораспространителем и рекламопроизводителем.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Однако в материалах дела отсутствуют доказательства устранения нарушения законодательства о рекламе в настоящее время.

На основании изложенного, Комиссия Марийского УФАС России считает, что в данном случае имеются основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктом 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу ООО «ПТК-МИР» (И Н Н 7811647994, ОГРНИП 1177847159896, адрес регистрации: 192019, г. Санкт-Петербург, улица Профессора Качалова, д.3, литер Б, оф. 322) следующего содержания:

«Уважаемы коллеги, день добрый! Просьба рассмотреть/передать наши КП в ОМТС или коммерческий отдел. Комплексное оснащение предприятий материалами, оборудованием, рабочей одеждой и обувью – все необходимое для полноценной работы, для защиты жизни и охраны труда предлагает компания «ПТК МИР», поскольку она не соответствует требованиям части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «ПТК-МИР» (И Н Н 7811647994, ОГРНИП 1177847159896, адрес регистрации: 192019, г. Санкт-Петербург, улица Профессора Качалова, д.3, литер Б, оф. 322) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении в соответствии со статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

Члены Комиссии