

УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ ПО СВЕРДЛОВСКОЙ
ОБЛАСТИ

РЕШЕНИЕ

по делу № 31

Резолютивная часть Решения оглашена 23.03.2017

В полном объеме изготовлено 06.04.2017 г. Екатеринбург

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел о нарушениях законодательства о рекламе (Приказ Свердловского УФАС России № 68 от 20 февраля 2017 г.) в составе: председатель Комиссии:

- <...> - заместитель руководителя управления; члены Комиссии:

- <...> - заместитель начальника отдела контроля за соблюдением законодательства о рекламе и недобросовестной конкуренцией;

- <...> - специалист 1 разряда отдела контроля за соблюдением законодательства о рекламе и недобросовестной конкуренцией,
при участии:

- лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства - ООО «Екатеринбург-2000» (620075, г. Екатеринбург, ул. Мамина-Сибиряка, д.85, этаж 8; ИНН 6661079603; ОГРН 1026605229122) – представитель <...> (дов. от 01.03.2016 № 1308),

- заявитель – <...> рассматривая в рамках Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, далее - Правила рассмотрения дел), дело № 31, возбужденное по признакам нарушения рекламного законодательства по факту нарушения ч.7 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 31, по признакам нарушения рекламного законодательства возбуждено в отношении ООО «Екатеринбург-2000» Определением от 20.02.2017 (исх. № 2302) и назначено к рассмотрению на 23.03.2017.

При рассмотрении дела 23.03.2017 установлено:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области поступило заявление <...> (вх.№ 01-1170 от 24.01.2017) о распространении 07.07.2016 в вагоне метро на экране и на большом экране, расположенном в г.

Екатеринбурге по улице Вайнера, 10, рекламы «Новый тариф 39. МОТИВ 4G. Звонки на все сети за 39 руб/мес», в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемой услуге, а именно информация о том, что по данному тарифу предоставляется только 60 минут на 30 календарных дней и только на номера Свердловской области, что, по мнению заявителя, вводит в заблуждение потребителей рекламы и расценивается как нарушение ФЗ «О рекламе».

На заседание Комиссии 23.03.2017 заявитель - <...> настаивала на том, что размещенная в рекламе, ссылка на сайт оформлена очень мелким шрифтом, что не позволяет прочитать информацию и получить исчерпывающую информацию об рекламируемой услуге, вводя при этом в заблуждение потребителей.

20.02.2017 страница сайта <http://cell.motivtelecom.ru> с информацией по тарифному плану «Тарифу 39» содержала сведения о том, что абонентская плата по данному тарифу

2

составляет 39 рублей в месяц, в абонентскую плату включены звонки на номера МОТИВ и

все номера Свердловской области на 60 минут, стоимость услуг сверх предоставленного объема исходящих соединений составляет 0,50 руб. на номера МОТИВ, 1,50 руб. на все номера Свердловской области (Акт от 20.02.2017).

Согласно ч. 7 ст. 5 ФЗ «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.

Ответственность за нарушение требований, установленных ч.7 ст.5 ФЗ «О рекламе», несет рекламодатель (ч.6 ст.38 ФЗ «О рекламе»).

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п. 5 ст. 3 ФЗ «О рекламе»).

Рекламодателем является ООО «Екатеринбург-2000» (620075, г. Екатеринбург, ул. Мамина-Сибиряка, д.85, этаж 8; ИНН 6661079603; ОГРН 1026605229122).

В письменном пояснении (вх. № 01-4678 от 21.03.2017) ООО «Екатеринбург- 2000» сообщило, что 30.10.2013 года между ООО «Екатеринбург-2000» (Заказчик) и ЗАО «Фьючер Медиа» (Исполнитель) заключен договор № 97, по условиям которого Исполнитель принял на себя обязательство осуществлять разработку, изготовление, выпуск и размещение рекламно-информационных материалов (РИМ) по заданию Заказчика.

27.05.2016 года на основании утвержденного медиаплана Исполнитель разместил на принадлежащих ему рекламных конструкциях спорные РИМ, принадлежащие заказчику.

Как сообщило ООО «Екатеринбург-2000», распространение спорных РИМ осуществлялось в период с 30.05.2016 года по 17.07.2016 года. Распространение спорной рекламы прекращено по истечению срока демонстрации, согласованного сторонами.

В рекламных материалах ООО «Екатеринбург-2000» используется фраза «Мотив 4G Тариф 39 звонки на все сети за 39 рублей в месяц».

Как утверждает ООО «Екатеринбург-2000», доводы заявителя о несоответствии спорной рекламе требованиям законодательства о рекламе несостоятельны, поскольку основаны на неверном толковании норм материального права.

В силу п. 7 ст. 5 ФЗ «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.

Далее ООО «Екатеринбург-2000» изложило свою позицию следующим образом: регулирующая норма содержит совокупность двух условий, достижение которых образует состав административного правонарушения, а именно:

- отсутствие существенной информации или её части;
- отсутствие таких сведений влечет искажение информации о товаре (услуге), что приводит к введению потребителя в заблуждение.

При этом очевидно, что между двумя этими условиями должна существовать

причинно-следственная связь. Выбытие же любого из указанных условий влечет недопустимость применение данной нормы, и как следствие спорная реклама не может

быть признанной ненадлежащей по основаниям, предусмотренным п. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

Правовой анализ нормативного материала (ФЗ «О рекламе») показывает, что законодатель не определил критерии существенности информации по отношению к тем

или иным объектам рекламирования. Согласно правовой позиции, изложенной в п. 28

Постановлении Пленума ВАС РФ от 28.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики

3

применения арбитражными судами ФЗ «О рекламе» 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 информация изображена таким образом, что она не воспринимается

или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение

потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или

использования (ч.7 ст. 5 ФЗ «О рекламе»).

С точки зрения рекламной коммуникации принято выделять две главные цели, характерные для абсолютного большинства рекламных обращений:

- Формирование осведомленности об объекте рекламы;

- Формирование отношения к объекту рекламы;

Следовательно, рекламодатель должен балансировать в двух плоскостях. С одной стороны реклама должна быть доступной для широкого круга потребителей, где под

доступностью следует понимать восприятие этой рекламной информации конечным

субъектом. С другой стороны необходимо соблюсти все предусмотренные законом

формальности, в целях соответствия рекламы требованиям закона. Рассматривая второй

элемент через призму права с целью установления критериев существенности спорной

рекламы, целесообразным видится первоначально определить её цели и задачи.

Анализ

текста спорной рекламы показывает, что рекламный слоган не содержит в себе предложения, либо иного призыва к заключению договора с оператором связи, а

носит

информационный характер относительно новой линейки тарифов оператора. Следовательно, существенные условия договора оказания услуг связи, предусмотренные

законом, не могут корреспондировать термину «существенная информация», поскольку

такая информация обязательно должна быть включена в договор об оказании услуг связи,

который заключается по волеизъявлению абонента в письменной форме в офисе оператора.

Для наглядности целесообразным представляется привести пример, в рамках которого производитель товара осуществляет рекламную кампанию по информированию

потенциальных покупателей о новой линейке товаров (к примеру автомобиль), при этом не

называя ни его цену, ни иные условия покупки, поскольку конечную продажу этой вещи в

последствии будут производить специализированные организации (диллер), которые уже

и будут указывать на существенные условия его приобретения.

При таких обстоятельствах, сообщает ООО «Екатеринбург-2000», в

рассматриваемой ситуации необходимо оценить, какие именно сведения в спорном

слогане могут повлечь искажение смысла рекламной информации, в свою очередь влекущие возможность введения потребителя в заблуждение.

Исходя из буквального толкования текста спорной рекламы следует, что объектом рекламирования является новый тариф оператора связи, в рамках которого абонент

получает возможность совершать соединения в сеть всех операторов связи за ежемесячную абонентскую плату в размере 39 рублей.

Согласно абз. 6, п. 29 Правил предоставления услуг телефонной связи, утвержденных Постановлением Правительства РФ № 1342 (Далее по тексту Правила 1342)

- Тарифы на услуги телефонной связи, в том числе тариф, используемый для оплаты неполной единицы тарификации, устанавливаются, в том числе изменяются, оператором

4

связи самостоятельно, если иной порядок не установлен законодательством Российской Федерации.

В силу п.п. «в», п. 31 Правил 1342, рекламируемый тарифный план подпадает под категорию комбинированной системы оплаты, при котором услуги телефонной связи, не

превышающие определенного объема за определенный (расчетный) период, оказываются

за постоянную сумму оплаты, и отдельно оплачиваются услуги телефонной связи, превышающие указанный объем.

Таким образом, как полагает Общество, спорная реклама соответствует требованиям закона о рекламе, закона о связи, не нарушает прав третьих лиц и не вводит

потребителя в заблуждение в части объема и условий предоставляемых услуг,

поскольку

объектом рекламирования является комбинированный тариф.

Выводы заявителя о том, что в спорной рекламной информации не указано, что действие тарифного плана распространяется только на абонентов Свердловской области

ошибочны, поскольку Свердловская область является регионом подключения к указанному тарифному плану, в то время как зона действия тарифного плана распространяется на всю территорию покрытия ООО «Екатеринбург-2000».

Отсутствие

указания на возможность подключения тарифного плана на территории отдельно взятого

субъекта федерации не может быть расценено как искажение рекламной информации,

поскольку согласно законодательству о связи обязанность оператора довести зону

действия его сетей возникает в момент заключению договора.

При этом важным представляется указать на тот факт, что абонент оператора связи,

пользующийся тарифным планом «Тариф 39», может совершать звонки в сеть любых

операторов связи, поскольку указанная в спорной рекламе сумма 39 рублей в месяц

фактически является платой за prepaid объем услуг в рамках

комбинированного

тарифного плана. При этом целевой аудиторией данной рекламы является те лица, которые

хотят получить удобный пакет услуг голосовой связи за максимально низкую цену.

Указание же на фактический объем услуг, оказываемых за сумму абонентской платы, не может являться существенной информацией в рассматриваемом случае,

поскольку как отмечалось ранее, тариф относится к категории комбинированных, исчерпание prepaid пакета услуг не влечет приостановление оказания услуг

связи.

ООО «Екатеринбург-2000» утверждает, что кроме того из текста спорной рекламы никак не следует, что услуги связи могут оказываться в безлимитном объеме. Такие

условия должны содержаться в правилах оператора связи и описании тарифного плана, с

которым абонент обязан ознакомится, на момент заключения договора, в силу прямого

указания закона.

ООО «Екатеринбург-2000» полагает, что информация, содержащаяся в спорной рекламе, соответствует требованиям законодательства о рекламе и не влечет

введения

потребителя в заблуждение по мотивам, изложенным заявителем.

Комиссия, рассмотрев материалы дела и заслушав мнения сторон, пришла к следующим выводам.

Целями «О рекламе» являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права

потребителей на

получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных

условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы (ст. 1 ФЗ «О рекламе»).

Согласно ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения

5

или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Комиссия отмечает, что в данном случае применению подлежит ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе», так как в рассматриваемой рекламе «Новый тариф 39. МОТИВ 4G. Звонки на

все сети за 39 руб/мес» не указаны существенные условия предоставления услуг связи по

«тарифу 39», а именно, что входит в абонентскую плату в размере 39 рублей в месяц -

объем предлагаемых услуг (количество минут), на номера каких операторов связи и

регионов актуален данный тариф в предложенном объеме, количество смс-сообщений,

стоимость и количество Интернет соединения и прочие условия.

Кроме того, Комиссия отмечает, что шрифт, который использован в рекламе для указания о сайте, в разы меньше шрифта основной фразы, что делает указанную пометку

нечитаемой с расстояния. Таким образом, можно говорить о её отсутствии в рекламе.

Как следует из положений постановления Пленума ВАС РФ № 58, если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается

потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство

приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то

данная информация считается отсутствующей.

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

Комиссия приходит к выводу о нарушении ч.7 ст.5 ФЗ «О рекламе» при распространении рекламы.

Ответственность за нарушение требований, предусмотренных ч.7 ст.5 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель (ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе»).

Рекламодателем указанной рекламы является ООО «Екатеринбург-2000» ОГРН 1026605229122 (адрес: 620075, г. Екатеринбург, ул. Мамина-Сибиряка, д.85, этаж 8).

В соответствии с п. 44 Правил рассмотрения дел, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в

целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу, обязанному устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения

законодательства

Российской Федерации о рекламе.

ООО «Екатеринбург - 2000» представило в материалы дела доказательства (медиаплан размещения рекламы (приложение к Договору от 30.10.2013 № 97)), что на

данный момент рассматриваемая реклама не распространяется, следовательно, необходимость в выдаче предписания отсутствует.

За нарушение рекламного законодательства ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность.

Согласно п. 43 Правил рассмотрения дел дата изготовления решения в полном объеме считается датой принятия решения.

В резолютивной части решения Комиссия указывает на необходимость передачи дела должностному лицу антимонопольного органа для рассмотрения дела об административном правонарушении по ст. 14.3 КоАП РФ.

Согласно п. 1 ч. 1 ст. 28.1 КоАП РФ поводом к возбуждению дела об административном правонарушении является, в том числе, непосредственное обнаружение должностными лицами, уполномоченными составлять протоколы об административных правонарушениях, достаточных данных, указывающих на наличие

события административного правонарушения.

В соответствии с п. 1 ст. 25.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого возбуждено производство по делу об административных правонарушениях, вправе знакомиться со

всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять

б

ходатайства, отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными

процессуальными правами в соответствии с КоАП РФ.

На основании изложенного, руководствуясь ст. ст. 33 - 36 ФЗ «О рекламе», в соответствии с п. 37 - 43 Правил рассмотрения дел, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу «Новый тариф 39. МОТИВ 4G. Звонки на все сети за 39 руб/мес», размещенную в вагоне метро на экране и на большом экране, расположенном в г. Екатеринбурге по улице Вайнера, 10 с 30.05.2016 по 17.07.2016 ненадлежащей, нарушающей требования ч.7 ст.5 ФЗ «О рекламе» поскольку в рекламе отсутствует часть

существенной информации об условиях приобретения услуг сотовой связи – «тариф 39» и

при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

2. Предписание о прекращении распространения ненадлежащей рекламы ООО «Екатеринбург - 2000» не выдавать.

3. Законному представителю ООО «Екатеринбург-2000» ОГРН 1026605229122 (адрес: 620075, г. Екатеринбург, ул. Мамина-Сибиряка, д.85, этаж 8) (ст. 25.4 КоАП РФ —

законными представителями юридического лица в соответствии с настоящим Кодексом

являются его руководитель, а также иное лицо, признанное в соответствии с законом

или учредительными документами органом юридического лица. Полномочия законного

представителя юридического лица подтверждаются документами, удостоверяющими его служебное положение) надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, И, каб. 318) 10.05.2017 в 10 час. 00 мин. для составления протокола об административном правонарушении по ч.1 ст. 14.3 КоАП РФ с документами, удостоверяющими личность.

4. Генеральному директору ООО «Екатеринбург-2000» <...> надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 318) 10.05.2017 в 10 час. 30 мин. для составления протокола об административном правонарушении по 4.1 ст. 14.3 КоАП РФ с документами, удостоверяющими личность.

Председатель комиссии <...>

Члены Комиссии <...>

<...>

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