

## РЕШЕНИЕ

по делу № 13-03-5/9-02/657

16 апреля 2014г.

г. Волгоград

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии – заместитель руководителя Управления  
– Никуйко Ирина Борисовна,

Члены Комиссии – начальник отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы – Алексеева Елена Викторовна,  
– государственный инспектор отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы – Демичева Ксения Александровна,

рассмотрев дело № 13-03-5/9-02/657 по признакам нарушения подп. 4 ч. 3 ст. 5, ч. 7 ст. 5, подп. 20 ч. 3 ст. 5, ч. 11 ст. 5, ст. 9 ФЗ РФ от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (ФЗ «О рекламе»), возбуждённое в отношении ООО «Сервис Торг», ООО «Сити Медиа Групп», ООО «ИнвестСвязь», ООО «БурДа»,

с участием представителей: от ООО «ИнвестСвязь» - исполнительный директор ООО «ИнвестСвязь» ... (доверенность от 10.12.2013г.), иные лица не явились, извещены,

### УСТАНОВИЛА:

В соответствии с ч. 2 ст. 36 ФЗ «О рекламе» антимонопольный орган по собственной инициативе, представлению прокурора, обращениям органов государственной власти или органов местного самоуправления, а также по заявлениям физических или юридических лиц возбуждает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

По результатам проведенного мониторинга наружной рекламы на территории г. Волгограда антимонопольным органом на рекламной конструкции, расположенной около Волгоградского гарнизонного Дома Офицера по пр. им. Ленина, 31, с указанием принадлежности «Экспресс-Сити», было выявлено размещение рекламы следующего содержания: «Прonto. Они узнали, что могут звонить бесплатно...и выиграть автомобиль!» Под всеми надписями и изображениями значительно более мелким шрифтом следует информация: «\*Подробные условия проводимых акций на сайте [www.prontomobile.ru](http://www.prontomobile.ru), а также сведения о выданной лицензии («Лицензия № 84561. Выдана 14.02.2011г. Федеральной Службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и

массовых коммуникаций Pronto - Пронто»).

Аналогичная информация, но без указания сведений о лицензии, размещена в журнале «Стольник Волгоград» (издатель ООО «Сити Медиа Групп») за ноябрь-декабрь 2013 на стр. 13. Кроме того, на странице 162 журнала «Стольник Волгоград» за ноябрь-декабрь 2013 размещена статья «Подарки от Pronto», сообщающая о проводимой рекламной кампании совместно с крупнейшими сетями города, а также о проводимой акции «Подарки от Pronto».

После возбуждения дела в адрес антимонопольного органа из Управления Роскомнадзора по Волгоградской области и Республике Калмыкия поступила информация (вх. № 9084 от 27.12.2013г.) о том, что в печатных средствах массовой информации активно рекламируются услуги подвижной радиотелефонной связи, не предоставляемые ООО «ИнвестСвязь» (к материалам дела приобщен выпуск газеты «АиФ. Нижнее Поволжье».) Так, на странице 5 газеты «АиФ – Нижнее Поволжье» (выпуск № 47 за 2013г.) размещена рекламная статья «Приятные разговоры»: «Вот уже месяц Волгоград пестрит рекламой с удивленными лицами, которые что-то узнали. Почему же Волгоград до сих пор не в курсе, что произошло? Настало время раскрыть карты. Безграничные возможности... Платить за звонки больше не нужно... Жить станет ярче...»

В соответствии с п.1 ст. 3 ФЗ «О рекламе» реклама – это 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.

Объектом рекламирования выступает 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 (подп. 2 ст. 3 ФЗ «О рекламе»).

Рассматриваемая информация, размещенная на наружной рекламной конструкции, а также в печатных изданиях, является рекламой, поскольку отвечает всем квалифицирующим признакам, предусмотренным п. 1 ст. 3 ФЗ «О рекламе». Объектом рекламирования выступают услуги «Оператора хороших связей «Pronto», средства индивидуализации (товарные знаки (знаки обслуживания) по свидетельству № 453680 и № 460690), а также стимулирующее мероприятие, проводимые акции «Подарки от Пронто».

Дело № 13-03-5/9-02/657 было возбуждено по признакам нарушения подп. 4 ч. 3 ст. 5, ч. 7 ст. 5, ст. 9 ФЗ «О рекламе». В рамках рассмотрения дела, с учетом представленных сведений Комиссия Волгоградского УФАС России пришла к выводу о наличии в рассматриваемых рекламных посланиях признаков нарушения ч. 11 ст. 5, подп. 20 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе». Данные обстоятельства с обоснованием выводов Комиссии отражены в определениях об отложении рассмотрения дела, а также в протоколах заседаний Комиссии Волгоградского УФАС России.

ООО «ИнвестСвязь» не согласилось с наличием в своих действиях признаков

правонарушений, ссылаясь в обоснование своей позиции на п. 27 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012г. № 58, а также на следующие обстоятельства:

- в рассматриваемых рекламных материалах имеется ссылка на сайт стимулирующих лотерей [www.prontomobile.ru](http://www.prontomobile.ru), на котором имеется необходимая информация,

- «бесплатно» - юридический термин, обозначающий предоставление кому-либо выгод без платежей. Сим-карта выдается в рамках акции бесплатно, имеет стартовый баланс, предусмотрен ежемесячный возврат денежных средств на счет.

- программа лояльности позволяет получать на счет мобильного телефона денежные средства за покупки у партнеров, т.е. абонент может разговаривать без внесения платы за услуги связи, что, по мнению Общества соответствует рекламным материалам.

Аналогичные обоснования представило ООО «Сервис Торг».

В дополнительных объяснениях от 20.03.2014г. ООО «ИнвестСвязь» указало также на следующее:

- объектом рекламирования является программа лояльности «Пронто». На рекламных материалах номер лицензии, принадлежащей ООО «ИнвестСвязь», указан ошибочно. Действующее законодательство о рекламе не содержит обязательств рекламодателя при рекламе услуг связи, которой однако, по мнению Общества и не было, указывать номера лицензий. 05 марта 2014г. в адрес Роскомнадзора направлено письмо с просьбой аннулировать лицензию,

- слоган «Пронто» - оператор хороших связей» подразумевает то, что в рамках программы лояльности Организатор программы (ООО «ИнвестСвязь») устанавливает контакты (связи) с партнерами программы, предоставляя участникам выгодные условия для сотрудничества,

- в соответствии с условиями программы лояльности введено понятие «Технологический поставщик» - оператор связи, имеющий все необходимые разрешительные документы и лицензии для оказания услуг связи,

- ООО «ИнвестСвязь» услуги связи не оказывает и не оказывало. На сайте [www.prontomobile.ru](http://www.prontomobile.ru) размещены сведения о лицензиях «Технологических поставщиков», на основании которых оказываются услуги связи в рамках программы лояльности. Договор с абонентом заключается от лица оператора связи в соответствии с заключенными агентскими договорами.

ООО «ИнвестСвязь» приобщены к материалам дела: образец договора на предоставление услуг радиотелефонной подвижной связи ..., который подписывается с абонентом; образец карты регистрации по программе лояльности «Пронто» (анкета-заявление участника Программы Лояльности «Пронто»), образец договора об оказании услуг связи ..., который подписывается с абонентом, образец регистрационной формы, которую подписывает ООО «ИнвестСвязь» с абонентами.

ООО «БурДа» в свою очередь просило снять ответственность с Общества за

нарушение рекламного законодательства, указав, что договор № 119 от 11.11.2013г. был заключен с ООО «ИнвестСвязь» от имени ООО «БурДа», но директором ООО «Сити Медиа Групп» ...

ООО «Сити Медиа Групп» имеет место нахождения в г. Волгограде, ... По данному адресу, а также по адресу (в том числе по адресу электронной почты), указанному в выходных данных журнала «Стольник- Волгоград», направлялась заказная корреспонденция с уведомлением о вручении. Однако корреспонденция возвращалась с отметкой Почты России «Истек срок хранения». Определение за исх. № 02-8/844 от 20.02.2014г. было получено Обществом, однако в дальнейшем хозяйствующий субъект не предпринимал мер по получению заказной корреспонденции по юридическому адресу.

ООО «Сервис Торг» имеет адрес местонахождения в г. Екатеринбург, ... Данным юридическим лицом корреспонденция по юридическому адресу в процессе рассмотрения дела не получалась.

В соответствии с п. 30 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации (утверждены постановлением Правительства РФ № 508 от 17.08.2006г., далее Правила) о рекламе рассмотрение дела в отсутствие сторон возможно лишь в случаях, если имеются данные об их своевременном извещении о месте и времени рассмотрения дела и если от них не поступило мотивированное ходатайство об отложении рассмотрения дела или указанное ходатайство не удовлетворено антимонопольным органом.

В силу с ч. 4 ст. 121 АПК РФ место нахождения организации определяется местом ее государственной регистрации, если в соответствии с федеральным законом в учредительных документах не установлено иное.

В силу ч. 2 ст. 54 ГК РФ место нахождения юридического лица определяется местом его государственной регистрации. Государственная регистрация юридического лица осуществляется по месту нахождения его постоянно действующего исполнительного органа, а в случае отсутствия постоянно действующего исполнительного органа - иного органа или лица, имеющих право действовать от имени юридического лица без доверенности.

В силу [статьи 123](#) АПК РФ лица, участвующие в деле, и иные участники арбитражного процесса считаются извещенными надлежащим образом, если к началу судебного заседания арбитражный суд располагает сведениями о получении адресатом направленной ему копии судебного акта. Лица, участвующие в деле и иные участники арбитражного процесса также считаются извещенными надлежащим образом арбитражным судом, если копия судебного акта, направленная арбитражным судом по последнему известному суду месту нахождения организации, месту жительства гражданина, не вручена в связи с отсутствием адресата по указанному адресу, о чем орган связи проинформировал арбитражный суд.

Комиссия Волгоградского УФАС России, рассматривающее дело, считает, что предпринятые Управлением способы извещения о дате и времени рассмотрения дела (направление по юридическому адресу определений о назначении времени и места рассмотрения дела) являются надлежащими.

При таких обстоятельствах, учитывая, что ООО «Сервис Торг» и ООО «Сти Медиа Групп» было надлежащим образом извещено о времени и месте рассмотрения дела, и невозможность рассмотрения дела в отсутствие юридического лица из материалов дела не усматривается, рассмотрение дела № 13-03-5/9-02/657 без участия представителей указанных сторон соответствует требованиям п. 30 Правил.

Управление Роскомнадзора по Волгоградской области и Республике Калмыкия поступила информация (вх. № 9084 от 27.12.2013г.) сообщило Комиссии Волгоградского УФАС России: в ходе проверки, проведенной Управлением Роскомнадзора, было установлено, что услуги связи в соответствии с лицензией № 84561 ООО «ИнвестСвязь» не оказываются. При этом обращение содержит указание на то, что в печатных средствах массовой информации активно рекламируются услуги подвижной радиотелефонной связи, не предоставляемые ООО «ИнвестСвязь».

В соответствии с п. 24. Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утверждены постановлением Правительства РФ от 17.08.2006г. № 508), лицами, участвующими в деле, являются стороны, заинтересованные лица, эксперты, переводчики.

Стороной по делу являются заявитель(и) и (или) лицо (лица), в действиях которого (которых) содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Комиссия антимонопольного органа пришла к выводу о необходимости привлечь к участию в деле в качестве заявителя Управление Роскомнадзора по Волгоградской области и Республике Калмыкия.

Изучив материалы дела, выслушав доводы лиц, участвующих в деле, Комиссия Волгоградского УФАС России установила следующее.

Как указал представитель ООО «ИнвестСвязь» (он же в рамках рассматриваемого дела представлял интересы ООО «Сервис Торг»), в рамках рассматриваемой рекламной кампании проводилось 2 стимулирующих мероприятия и акция.

ООО «Сервис Торг» (Исполнитель) в соответствии с условиями договора от 12.08.2013г. приняло на себя обязательства по оказанию комплекса услуг по организации и проведению для Заказчика (ООО «ИнвестСвязь») тиражных стимулирующих лотерей под названиями «Покупай и выигрывай с ПРОНТО», «Выигрывай автомобиль с ПРОНТО».

Под организацией и проведением лотерей Стороны в контексте указанного договора понимают:

- выполнение Исполнителем функций организатора лотереи в соответствии с законодательством Российской Федерации о лотереях, по получению в установленный действующим законодательством срок права на проведение стимулирующей лотереи до даты начала лотереи,

- подготовка документооборота и пакета документов для проведения лотереи,

- выполнение функций организатора лотерей по проведению лотерей в соответствии с законодательством Российской Федерации о лотереях и стимулирующих мероприятиях, в том числе: заключение договоров с участниками лотереи, проведение лотереи самостоятельно, без привлечения третьих лиц, за исключением третьих лиц, привлекаемых для организации процедуры вручения выигрышей победителям лотереи;

- в установленный действующим законодательством срок подготовить пакет документов и предоставить их в уполномоченный орган по рассмотрению в установленном порядке уведомлений о проведении стимулирующих лотерей; организация вручения выигравшим участникам их выигрышей;

- принятие на себя в полной мере ответственности перед участниками лотереи за соблюдение своих обязательств по договору, заключаемому организатором участником лотереи; исполнение иных обязанностей, установленных действующим законодательством для организатора стимулирующей лотереи.

- формирование и представление отчета организатора о лотереи (ежеквартальный и по итогам проведения лотереи) в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации.

К материалам дела ООО «ИнвестСвязь» приобщены условия стимулирующих лотерей «Покупай и выигрывай с ПРОНТО», «Выигрывай автомобиль с ПРОНТО».

1. Так, условиями лотереи «Выигрывай автомобиль с ПРОНТО» предусмотрены следующие положения:

- стимулирующая лотерея по способу ее проведения является тиражной.

- стимулирующая лотерея проводится по правилам стимулирующей лотереи на территории Волгоградской области в местах реализации услуг по предоставлению мобильной связи «Пронто» под логотипом и товарным знаком Rronto - «ПРОНТО», а также программы лояльности ПРОНТО» (далее вместе - услуга),

- стимулирующая лотерея проводится в период с 14 ноября 2013 г. по 30 июня 2014 г., который включает в себя следующие мероприятия: регистрация заявок на участие в стимулирующей лотерее - с 00:00 ч. 14.11.2013 г. до 23:59ч. 31.03.2014 г.; проведение розыгрышей призового фонда стимулирующей лотереи 15.04.2014г.; публикация результатов розыгрыша призового фонда - с 15.04.2014 г. по 19.04.2014 г.; передача выигрыша победителю с 15.04.2014 г. по 15.06.2014 г.

- участие в стимулирующей лотерее обусловлено для потенциального участника направлением в период согласно п. 4.1.1 Условий заявки в предусмотренном порядке и при соблюдении ряда условий, в числе которых: стать абонентом сотовой связи Rronto (Пронто); получить карту (купон) для участия в розыгрыше при приобретении товаров в определенных Условиями организациях - партнерах программы лояльности Rronto (Пронто); получить буклет и карту лояльности «ПРОНТО» и т.д.,

- количество заявок одного участника для участия в розыгрыше не должно быть менее пяти и ограничено двадцатью пятью заявками, при условии, что каждая заявка соответствует требованиям Условий;

- призовой фонд формируется за счет средств организатора и состоит из призового фонда тиража,
- по результатам стимулирующей лотереи разыгрываются легковой автомобиль – 1 штука,
- за время проведения стимулирующей лотереи для направления участниками заявок предполагается реализовать услугу в количестве 20 000 (двадцать тысяч) подключенных абонентов, использование участниками по программе лояльности Пронто двух миллионов минут разговоров.
- розыгрыш призового фонда проводится 1 тиражом, в котором разыгрывается соответствующий тиражу призовой фонд тиража,
- для проведения розыгрыша призового фонда тиража организатором создается тиражная комиссия в количественном составе из не менее 2-х человек, которая непосредственно проводит розыгрыш, подводит, фиксирует и подтверждает результаты проведения тиража,
- определение конкретного победителя, которому достается выигрыш, проводится организатором при помощи человеческого участия: произвольного выбора одним из членов тиражной комиссии слепым методом, бумажной карточки с номером из произвольным образом перемешанных перед ним на столе другим членом тиражной комиссии таких же одинаковых бумажных карточек, каждая из которых пронумерована уникальной цифрой из одного числового ряда от 0 до 9 и перевернута надписью с указанием значения цифры вниз согласно алгоритму определения Победителей.

## 2. Условиями лотереи «Покупай и выигрывай с ПРОНТО», предусмотрено:

- стимулирующая лотерея по способу ее проведения является тиражной.
- лотерея проводится по правилам стимулирующей лотереи на территории Волгоградской области в местах реализации услуг по предоставлению мобильной связи «Пронто» под логотипом и товарным знаком Rgonto «ПРОНТО», а также программы лояльности Rgonto «ПРОНТО» (далее вместе - услуга).
- стимулирующая лотерея проводится в период с 14 ноября 2013 г. по 30 июня 2014 г., который включает в себя следующие мероприятия: регистрация заявок на участие в стимулирующей лотерее - с 00:00 ч. 14.11.2013 г. до 23:59 ч. 31.03.2014 г.; проведение розыгрышей призового фонда стимулирующей лотереи 05.12.2013 г. по 15.04.2014 г. согласно графику установленному в Условиях; публикация результатов розыгрыша призового фонда - с 05.12.2013 г. по 19.04.2014 г.; передача выигрышей победителям стимулирующей лотереи – с 10.12.2013г. по 30.05.2014 г.
- Организатором предусмотрены условия участия в лотерее, среди которых необходимость стать абонентом сотовой связи Пронто (см. п. 5.5 Условий),
- по результатам лотереи разыгрываются: смартфон – 13 шт, планшетный компьютер – 5 шт., ноутбук – 5 шт., LED телевизор – 3 шт., домашний кинотеатр – 3 шт.,

- Условия предусматривают также определенный порядок и сроки проведения розыгрыша призового фонда (см. п. 6.3. Условий).

Т.О., реклама о проводившихся лотереях, опубликованная на стр. 13, стр. 162 журнала «Стольник Волгоград» за ноябрь-декабрь 2013г., а также наружная реклама, «Они узнали, что могут говорить бесплатно...и выиграть автомобиль!», распространяемая на территории г. Волгограда отвечает критериям, предусмотренным ст. 9 ФЗ «О рекламе»: условием участия в мероприятии является приобретение определенного товара (стать абонентом сотовой связи, получить карту для участия, н-р в торговой сети «МАН» при приобретении товаров на определенную Условиями проведения лотерей сумму и т.д.); определение победителя проводится на основе случайного выбора с получением выигрышей. Следовательно, при размещении данной информации должны были быть соблюдены требования ст.9 ФЗ «О рекламе», а именно: реклама, сообщающая о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должна содержать указания о:

- 1) сроках проведения такого мероприятия;
- 2) источнике информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Такая информация не присутствует в рассматриваемой рекламе.

То обстоятельство, что в указанных рекламных посланиях имеются указания на «Подробные условия акций на сайте...», «Подробности на сайте» не может быть принято в качестве обоснования правомерности действий рекламодателя и/или рекламораспространителя по следующим основаниям.

Данная контактная информация (интернет-сайт) не указана в качестве ссылки для получения информации об организаторе мероприятия, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Одной из целей ФЗ «О рекламе» является реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы (ст. 1 ФЗ «О рекламе»). Закон направлен на предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

В Постановлении Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" указано, 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.

Потребитель не должен догадываться о наличии той или иной информации в рекламе, он в соответствии с Законом должен получить полноценную информацию.



Согласно разъяснений ФАС России № АК/34209 от 01.10.2009г. «О разъяснении некоторых положений ФЗ «О рекламе» в силу п. 2. ст. 9 ФЗ РФ «О рекламе» в рекламе необходимо указывать источник таких сведений, при этом в рекламе должно содержаться указание на то, какие именно сведения можно получить при обращении к такому источнику, что содержится в указанном месте, по указанному адресу.

Данные разъяснения нашли свое подтверждение в судебной практике Арбитражных судов (постановление ФАС Поволжского округа по делу № А12-31432/2012), согласно которой не соответствуют действующему законодательству доводы о том, что если прямо какая-либо информация не указана в рекламе, а в соответствующем объявлении приводится источник информации (ВЕБ-сайт, телефон «горячей» линии), из которого любой участник стимулирующего мероприятия, при его желании, может подчеркнуть всю информацию, т.к. ФЗ РФ «О рекламе» предусмотрел наличие сведений об источнике информации об организаторе такого мероприятия, о правилах проведения мероприятия, количестве призов или выигрышей по результатам акции, сроках, порядке их получения.

В силу договора № 03-08/РК-13 от 21.08.2013 постеры для размещения наружной рекламы на рекламносителях – щитах, принадлежащих ООО «Экспресс-сити», были предоставлены для размещения ООО «ИнвестСвязь» (...)(1). Именно на последнего в силу п. 7.1.5 договора была возложена ответственность за несоответствие содержания Постеров действительности и действующему законодательству. ООО «Экспресс-Сити», исходя из положений п. 1.1 договора № 03-08/РК-13 от 21.08.2013, выступало в рассматриваемом случае в качестве лица, предоставившего (забронировавшего) свое имущество (рекламные щиты) для использования Заказчику (ООО «»ИнвестСвязь»). Последний выступал в качестве рекламодателя и рекламораспространителя.

Срок размещения рекламы на щитах ООО «Экспресс-Сити» составил максимально до 30.11.2013г. Однако в рамках рассмотрения дела представители ООО «ИнвестСвязь» не отрицали, что рассматриваемая наружная реклама продолжает распространяться на территории Волгограда и на момент рассмотрения дела. Данное обстоятельство подтверждается также и письменными объяснениями Общества от 20.03.2014г. за вх. № 2078.

Относительно размещенной в ж-ле «Стольник-Волгоград» за ноябрь-декабрь 2013 на стр. 13, стр. 162 рекламной информации представителем ООО «ИнвестСвязь» была представлена копия договора № 119 на предоставление услуг по рекламно-информационному обслуживанию в журнале «Стольник - Волгоград» от 11.11.2013г., заключенного с ООО «БурДа» (Исполнитель) в лице директора Общества с ограниченной ответственностью «Сити Медиа Групп» ....., действующего на основании доверенности ..... и Агентского договора № 1 от 01.02.2013 г.

В соответствии с агентским договором ООО «Сити Медиа Групп» обязалось от имени и за счет ООО «БурДа» (Принципал) совершить юридические и иные действия, направленные на продажу услуг Принципала, в том числе заключить договоры от имени «Принципала» на размещение рекламно-информационного материала в журнале «Стольник-Волгоград».

Исполнитель по договору № 119 от от 11.11.2013г. принял на себя обязательства по

размещению рекламно-информационного материала (РИМ) Заказчика в журнале «Стольник Волгоград» (далее также Журнал), а Заказчик обязался в установленный срок передать Исполнителю необходимые рекламные материалы и оплатить в установленном порядке оказанные услуги.

При этом согласно п. 2.2. договора Исполнитель вправе не принимать к публикации рекламные материалы, содержание и/или оформление которых не соответствует моральным и этическим нормам, противоречит действующему Законодательству РФ.

Исполнитель публикует рекламу Заказчика, если он предоставляет готовый оригинал-макет рекламы, подписанный им и/или лицом уполномоченным Заказчиком в Приложении № 2 к договору.

Заказчик, в свою очередь, обязуется: предоставить Исполнителю всю необходимую информацию для оказания услуг по размещению РИМ в Журнале;



утвердить оригинал-макеты рекламных материалов, изготовленных усилиями Исполнителя, подлежащих тиражированию (см. п. 3.1-3.2. договора).

С учётом изложенного при размещении рассматриваемой Комиссией Волгоградского УФАС России рекламы в журнале «Стольник-Волгоград» за ноябрь-декабрь 2013г. в качестве рекламодателя выступало ООО «БурДа» в лице директора Общества с ограниченной ответственностью «Сити Медиа Групп», в качестве рекламодателя – ООО «ИнвестСвязь».

Помимо журнала «Стольник Волгоград» реклама «Пронто» распространялась в газете «АиФ-Нижнее Поволжье» (выпуск № 47 за 2013 на стр. 5, рекламная статья «Приятные разговоры»).

Представитель Управления Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Волгоградской области и Республике Калмыкия, принимавший участие в заседаниях Комиссии антимонопольного органа указал: Роскомнадзор считает, что позиционируя в распространяемой рекламе себя как Оператор связи, ООО «ИнвестСвязь» не соблюдает при этом требования отраслевого законодательства: ФЗ «О связи», постановление Правительства РФ от 27.08.2005г. № 538 «Об утверждении Правил взаимодействия операторов связи с уполномоченными государственными органами, осуществляющими оперативно-розыскную деятельность» и т.д. (перечень нормативных актов предусмотрен также в приказе Роскомнадзора № 719 от 01.10.2013г. «О проведении внеплановой выездной проверки ООО «ИнвестСвязь», копия приобщена к материалам дела).

Как указал представитель ООО «ИнвестСвязь» в объяснениях, Обществом услуги связи не оказывались, договор с абонентом заключается от лица оператора связи в соответствии с заключенными агентскими договорами. В материалы дела представлены агентские договора: № 01832/12/0 от 15.05.2012г. «О

распространении услуг подвижной связи ....), № 00166/14/0 от 05.02.2014г. ...., № 291 от 22.10.2010г. .... с приложениями и дополнительными соглашениями на заключение абонентских договоров на предоставление оператором услуг связи.

При этом ОАО «ВымпелКом» подтвердило в письме от 18.02.2014г. за вх. № 1224, что ООО «ИнвестСвязь» не передавались лицензионные права «Билайн», договоры с абонентами заключаются от имени «Билайн».

На заседании Комиссии Волгоградского УФАС России, состоявшейся 17 марта 2014г., представители ООО «ИнвестСвязь» указали, что в рассматриваемых рекламных материалах рекламируется программа лояльности «Пронто», организатором которой является ООО «ИнвестСвязь». К материалам дела приобщена копия письма ООО «ИнвестСвязь» в Роскомнадзор с просьбой аннулировать лицензию на оказание услуг связи. Представитель Общества указал, что выполнить лицензионные условия, которые предписаны законодательством Российской Федерации для данной организации не представляется невозможным.

Т.О., материалами дела подтверждается, что ООО «ИнвестСвязь» («Пронто») не является оператором связи, услуги связи данной организацией не оказываются.

Комиссия антимонопольного органа проанализировала имеющиеся рекламные публикации, наружную рекламу и установила следующее.

В тексте наружной рекламы, а также рекламы, опубликованной на стр. 13 журнала «Стольник Волгоград» за ноябрь-декабрь 2013г. использован слоган «Pronto<sup>R</sup> оператор хороших связей». Аналогичная фраза использована и при оформлении рекламных буклетов, распространяемых в магазинах торговой сети «МАН» (приобщены к материалам дела). При этом в рекламе отсутствуют указания или ссылки на то, что «Пронто» (ООО «Инвест Связь»<sup>(2)</sup>) выступает лишь агентом от операторов связи ....

В соответствии со словарем Ожегова С.И. слово «Оператор» имеет значения: 1. Специалист, управляющий работой какого-н. сложного устройства, оборудования. О. ЭВМ. О.машинного доения. 2. Специалист, производящий кино- или телесъемку. Если исходить из юридического значения «Оператор» (с учётом того, что использовано данное слово в сочетании со словом «Связь»), то в качестве такового выступает лицо, имеющее право оказывать / оказывающее соответствующий вид услуги (связи почтовой, курьерской, телефонной, радиосвязи.<sup>(3)</sup>)

Анализ в совокупности имеющейся в материалах дела рекламной информации, опубликованной в том числе на стр. 162 журнала «Стольник Волгоград» за ноябрь-декабрь 2013г. и на стр. 5 выпуска газеты «АиФ-Нижнее Поволжье» (выпуск № 47 за 2013), полностью опровергает доводы о том, что ООО «ИнвестСвязь» не позиционировало себя для потребителей (или свой товарный знак Пронто) как оператора связи (как логотип оператора связи), поскольку:

- в указанном выпуске газеты «АиФ- Нижнее Поволжье» в размещенной рекламной статье «Приятные разговоры» до читателей доводится следующая информация: «Люди с плакатов – это обрадованные абоненты мобильной связи «Pronto», «Если вы подключитесь к «Pronto» и станете обладателем карты лояльности оператора, за ваши разговоры будут платить 57 партнеров компании», «Помимо этого для наших

абонентов мы проводим масштабную акцию...», «Собрав пять таких купонов, вы автоматически становитесь участником акции, а также приобретаете приятный бонус -50%-ную скидку на мобильные других операторов от «Pronto». При этом в силу договора № 156/2013 от 11.11.2013г., заключенного между ООО «ИнвестСвязь» и ООО «АиФ-Волгоград» именно Заказчик (ООО «ИнвестСвязь») представлял информационно-рекламные материалы (текстовые, макетные) для размещения в газете.

- в рекламной статье «Подарки от Pronto, опубликованной в журнале «Стольник Волгоград» за ноябрь-декабрь 2013г. на стр. 162 также использованы формулировки, позволяющие потребителю идентифицировать «Пронто» как одного из операторов связи (не в смысле лица, налаживающего контакты, а именно как лицо, оказывающее услуги связи): «... вместе с SIM-картой абонент оператора хороших связей получает персональную карту...», «Pronto – это новая мобильная связь, абоненты которой могут сократить расходы...».

Кроме того, обращает на себя и тот факт, что в качестве условий участия в стимулирующих лотереях «Покупай и выигрывай с ПРОНТО», «Выигрывай автомобиль с ПРОНТО» в числе первых предусмотрена необходимость стать абонентом сотовой связи Pronto (Пронто).

Однако представители ООО «ИнвестСвязь» неоднократно настаивали на том, что Общество оператором связи не является.

С учётом изложенного, с учётом позиции, выраженной Управлением Роскомнадзора по Волгоградской области и Республике Калмыкия, с учётом указания в наружной рекламе на лицензию («Лицензия № 84561. Выдана 14.02.2011г. Федеральной Службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций Pronto - Пронто»), Комиссия Волгоградского УФАС России пришла к выводу о наличии в рассматриваемой наружной рекламе, рекламе, опубликованной рассматриваемых печатных изданиях, нарушения подп. 20 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе», закрепившей, что недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара. Рекламируя проводимые акции, программу лояльности, средства индивидуализации (товарные знаки, правообладателем которых согласно свидетельству № 460690 и № 453680 выступает ООО «ИнвестСвязь»), услуги от Пронто, Pronto позиционировался в качестве оператора сотовой связи.

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.

В числе объектов рекламирования в рассматриваемых Комиссией антимонопольного органа рекламных материалах выступало, как уже было отмечено, акция «Подарки от Pronto». Условия проведения данной акции также приобщены к материалам рассматриваемого дела. Условиями предусмотрено:

- акция проводится по правилам на территории Волгоградской области в местах реализации услуг по предоставлению мобильной связи «Пронто» под логотипом и товарным знаком «ProntoПРОНТО», а также программы лояльности «ProntoПРОНТО».

- организатор акции – ООО «ИнвестСвязь»,

- акция проводится в период с 14 ноября 2013 г. по 30 июня 2014г.. Данный срок включает в себя: регистрацию заявок на участие в акции, предоставление скидки на услуги связи в размере 50 (пятидесяти) % от стоимости исходящих звонков на мобильные номера других операторов связи на текущий месяц; предоставление возврата денежных средств за разговоры внутри сети за предыдущий месяц в размере 10 рублей,

- участие в акции обусловлено для участника соблюдением ряда требований: стать абонентом сотовой связи Пронто, получить карту участия в определенных организациях-партнерах, получить буклет и карту лояльности, активировать в календарном месяце с 14.11.2013 по 31.03.2014г. 5 купонов и т.д.

Т.О., фактически потребитель получает не бесплатную связь, как позиционируется в рекламе, а скидки на разговоры или возврат части потраченных в организациях-партнерах денежных средств на телефон и только в строго определенных пределах (50% от потраченной суммы или 10 руб. ежемесячно соответственно). При этом, в зависимости от того, у какой организации –партнера акции будет произведена покупка, процент возврата денежных сумм на счёт абонента меняется (н-р, «Дом Красоты – 7%, Бамберг – 10%»[\(4\)](#)).

Распространение рекламы акции направлено на формирование у потребителя желания принять участие в ней. Вследствие этого существенной является не только информация привлекательная для потребителя («Подарки от Пронто»[\(5\)](#), «Они узнали, что могут звонить бесплатно»[\(6\)](#), «Платить за звонки больше не нужно»[\(7\)](#)), но и информация способная обмануть ожидания, сформированные такой рекламой.

Одной из целей ФЗ «О рекламе» является реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы (ст. 1 ФЗ «О рекламе»). Закон направлен на предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Регулирование отношений, возникающих в сфере распространения рекламы имеет своей целью обеспечение эффективного баланса интересов потребителей рекламы и заказчиков рекламы, рекламопроизводителей и рекламораспространителей.

Реклама является своеобразным ориентиром, при помощи которого потребитель сможет принять правильное решение и выбрать правильное направление в поиске нужного товара.

Реклама не должна злоупотреблять доверием потребителя и недостатком у него опыта или знаний.

В соответствии с п. 28 – 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда РФ от 08.10.2012 г. за № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», рассматривая дела о привлечении лиц к административной ответственности, предусмотренной [статьей 14.3](#) КоАП РФ, за размещение рекламы, в которой отсутствует часть необходимой информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или

использования, судам надлежит учитывать, что оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

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 соответствии с п. 4 ст. 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с подп. 5, подп. 7 ст. 3 ФЗ «О рекламе» рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламодателем - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

С учётом имеющихся материалов дела ООО «ИнвестСвязь» выступало в качестве рекламодателя наружной рекламы, а также рекламы в печатных изданиях.

ООО «БурДа» в лице директора Общества с ограниченной ответственностью «Сити Медиа Групп» выступало рекламодателем информации, опубликованной на страницах журнала «Стольник Волгоград» за ноябрь-декабрь 2013г., ООО «АиФ-Волгоград» является рекламодателем сведений в газете «АиФ-Нижнее Поволжье».

ООО «Сервис Торг», выступая организатором стимулирующих лотерей участником отношений по размещению рекламы в г. Волгограде не являлось. В связи с чем признаки нарушения законодательства о рекламе в действиях данного хозяйствующего субъекта в рамках рассмотрения дела № 13-03-5/9-02/657 не подтвердились.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных [частями 2 - 8 статьи 5](#), [статьями 6 - 9](#), [частями 4 - 6 статьи 10](#), [статьей 12](#), [частью 3 статьи 19](#), [частями 2 и 6 статьи 20](#), [частями 1, 3, 5 статьи 21](#), [частями 1 и 3 статьи 23](#), [статьями 24 и 25](#), [частями 1 и 6 статьи 26](#), [частями 1 и 5 статьи 27](#), [статьями 28 - 30](#) ФЗ «О рекламе».

Рекламодателем несет ответственность за нарушение требований, установленных [пунктом 3 части 4](#), [частями 9, 10, 10.1 и 10.2 статьи 5](#), [статьями 7 - 9, 12, 14 - 18](#), [частями 2 - 6 статьи 20](#), [частями 2 - 4 статьи 21](#), [частями 2 - 4 статьи 23](#), [частями 7, 8 и 11 статьи 24](#), [частями 1 - 5 статьи 26](#), [частями 2 и 5 статьи 27](#), [частями 1, 4, 7, 8 и 11 статьи 28](#), [частями 1, 3, 4, 6 и 8 статьи 29](#) ФЗ «О рекламе».

Рекламодателем несет ответственность за нарушение требований, указанных в [частях 6 и 7](#) статьи 38 ФЗ «О рекламе», в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине (ч. 8 ст. 38 ФЗ «О рекламе»).

Нарушение рекламодателями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе в силу ч. 4 ст. 38 закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. влечёт за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

С учётом отсутствия в материалах дела доказательств прекращения распространения ненадлежащей рекламы на момент рассмотрения дела, Комиссия Волгоградского УФАС России считает необходимым выдать ООО «ИнвестСвязь», ООО «БурДа» («Сити Медиа Групп») предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства.

Проанализировав материалы дела Комиссия Волгоградского УФАС России пришла к выводу о том, что признаки нарушения подп. 4 ч. 3 ст. 5, ч. 11 ст. 5 ФЗ «О рекламе» в рассматриваемой рекламе не подтвердились.

Рассматриваемая реклама, распространяемая на наружных рекламных конструкциях: «Pronto. Они узнали, что могут звонить бесплатно...и выиграть автомобиль! \*Подробные условия проводимых акций на сайте [www.prontomobile.ru](http://www.prontomobile.ru). Лицензия № 84561. Выдана 14.02.2011г. Федеральной Службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций Pronto - Пронто», опубликованная на стр. 13, стр.162 журнала «Стольник Волгоград» за ноябрь-декабрь 2013г. является ненадлежащей, поскольку в ней не соблюдены требования подп. 20 ч. 3 ст. 5, ч. 7 ст. 5, ст. 9 ФЗ «О рекламе». Реклама, опубликованная на стр. 5 газеты «АиФ-Нижнее Поволжье», выпуск 47 за 2013г., является ненадлежащей, поскольку не отвечает требованиям подп. 20 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

Руководствуясь п. 1 ч. 2 ст.33, ч.1 ст. 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать рекламу, распространяемую в Волгограде на наружных рекламных конструкциях с ноября 2013г.: «Pronto. Они узнали, что могут звонить бесплатно...и выиграть автомобиль!\*Подробные условия проводимых акций на сайте [www.prontomobile.ru](http://www.prontomobile.ru). Лицензия № 84561. Выдана 14.02.2011г. Федеральной Службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций Pronto - Пронто», рекламу, опубликованную на стр. 13, стр.162 ж-ла «Стольник Волгоград» за ноябрь-декабрь 2013г., ненадлежащей, нарушающей п. 20 ч. 3 ст. 5, ч. 7 ст. 5, ст. 9 ФЗ «О рекламе». Признать рекламу, опубликованную на стр. 5 газеты «АиФ-Нижнее Поволжье», выпуск 47 за 2013г. под заголовком «Приятные разговоры», ненадлежащей, нарушающей подп. 20 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «ИнвестСвязь», ООО «БурДа» («Сити Медиа Групп») предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Волгоградского УФАС России для возбуждения дел об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ООО «ИнвестСвязь», ООО «Сити Медиа Групп».

Резолютивная часть решения оглашена 03 апреля 2014г. Решение изготовлено

в полном объеме 16 апреля 2013г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном ст. 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

---

[\(1\)](#) См., например, п. 2.1.2 договора.

[\(2\)](#) Pronto - товарный знак, права на который принадлежит согласно свидетельству № 460690 ООО «ИнвестСвязь»

[\(3\)](#) См., н-р, Федеральный закон от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи»; Федеральный закон от 17.07.1999 № 176-ФЗ «О почтовой связи».

[\(4\)](#) См., буклеты, распространяемые в сети торговой сети «МАН», приобщены к материалам дела.

[\(5\)](#) Стр. 162 ж-ла «Стольник Волгоград» за ноябрь-декабрь 2013г.

[\(6\)](#) Стр. 13 ж-ла «Стольник Волгоград» за ноябрь-декабрь 2013г., а также рассматриваемая наружная реклама

[\(7\)](#) Стр. 5 газеты «АиФ-Нижнее Поволжье», выпуск 47 за 2013г.