

РЕШЕНИЕ

по делу № 012/05/18-580/2020

о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

рассмотрев дело № 012/05/18-580/2020 по факту распространения ООО рекламы предоставления данным юридическим лицом услуг, поступившей на адрес электронной почты Марийского УФАС России, в присутствии представителя ООО,

УСТАНОВИЛА:

17.04.2020 на адрес электронной почты Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России): to12@fas.gov.ru поступило письмо ООО от 13.04.2020 исх. № 1, содержащее информацию рекламного характера следующего содержания:

«...В связи с распространением коронавирусной инфекции COVID-19 Правительством Российской Федерации принят ряд антикризисных мер, которые влияют в том числе на работу бюджетных учреждений. Медиагруппа создала бесплатную Горячую линию для разъяснения работы главных бухгалтеров и специалистов по государственным и муниципальным закупкам в период пандемии.

Редакции Систем Г и Г, а также порталов П и Б работают в усиленном режиме, чтобы каждый специалист по закупкам и каждый бухгалтер нашел безопасное решение, актуальное сегодня. Мы поможем не останавливать работу и проконсультируем по работе в новых условиях.

Задать вопрос экспертам Вы можете на сайте. Там же Вы найдете ответы на самые частые вопросы и актуальные нормативные акты. Сайт ежедневно обновляется, Горячая линия работает бесплатно и круглосуточно.

Мы надеемся, что наша информационная поддержка позволит сотрудникам финансовых служб и специалистам в сфере закупок качественно продолжать работу в актуальных условиях.

Просим Вас довести информацию до заинтересованных лиц и по возможности разместить ее на официальном сайте организации...» (далее – Реклама).

Определением от 11.08.2020 Марийским УФАС России возбуждено дело № 012/05/18-580/2020.

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.

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 некоем 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»).

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой, так как адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – услугам, оказываемым ООО, а также к самому обществу.

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 рекламодатель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламодатель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

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 рекламодателя.

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

ООО в ответ на определение о возбуждении дела № 012/05/18-580/2020 представило письменные пояснения, в которых сообщило, что направленное в адрес Марийского УФАС России письмо не являлось рекламой и носило сугубо информационный характер. В письме сообщалось, о том, что ООО создана горячая линия для разъяснения работы главных бухгалтеров и специалистов по государственным закупкам в период пандемии, использование данной горячей линии является полностью бесплатным. Горячая линия не предлагалась к продаже или какому-либо платному использованию, в письме доводилась до сведения информация о создании данной горячей линии, с помощью которой заинтересованные лица могли получить необходимую информацию относительно того, как осуществлять работу и не приостанавливать деятельность в условиях, вызванных пандемией коронавируса и предлагалось довести данную информацию до заинтересованных лиц, в том числе путем размещения сообщения на официальном сайте Марийского УФАС России. Данная горячая линия функционировала с 01.04.2020 по 01.07.2020.

ООО также поясняет, что аналогичные письма были направлены и в другие государственные и муниципальные органы, и многие получатели данных писем откликнулись на такое предложение – разместили сообщения о возможности использования горячей линии на своих сайтах с целью помочь заинтересованным лицам организовать работу и не приостанавливать свою деятельность в период пандемии, тем самым минимизировать экономические потери для граждан и организаций в сложившейся ситуации.

ООО указывало, что услуги оказывались на безвозмездной основе при переходе по ссылке именно обществом, следовательно, в рассматриваемом случае имеет место быть продвижение на рынке услуг по юридической поддержке главных бухгалтеров и специалистов по государственным закупкам в период пандемии, а также реклама самого общества, которое оказывает данные услуги.

Таким образом, в целях донесения информации рекламного характера о деятельности ООО и услугах, оказываемых ООО, общество обязано было получить согласие потенциальных потребителей и Марийского УФАС России, на получение данного сообщения, однако не совершило данные действия, чем нарушило требования части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

На основании частей 7, 8 статьи 38 Закона о рекламе рекламодатель, рекламопроизводитель

несет ответственность за нарушение требований, установленных статьей 18 данного Закона.

Марийским УФАС России установлено, что рекламодателем, рекламораспространителем и рекламопроизводителем является ООО, поскольку именно обществом оказываются данные услуги, обществом создан текст рекламного сообщения и именно обществом направлена рассматриваемая информация.

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.

В ходе рассмотрения дела Комиссией установлено, что в материалах дела отсутствуют документальные доказательства, подтверждающие прекращение распространения рекламы ООО с нарушением части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

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 пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу ооо, поступившую на адрес электронной почты Марийского УФАС России, следующего содержания:

«...В связи с распространением коронавирусной инфекции COVID-19 Правительством Российской Федерации принят ряд антикризисных мер, которые влияют в том числе на работу бюджетных учреждений. Медиагруппа создала бесплатную Горячую линию для разъяснения работы главных бухгалтеров и специалистов по государственным и муниципальным закупкам в период пандемии.

Редакции Систем Г и Г, а также порталов П и Б работают в усиленном режиме, чтобы каждый специалист по закупкам и каждый бухгалтер нашел безопасное решение, актуальное сегодня. Мы поможем не останавливать работу и проконсультируем по работе в новых условиях.

Задать вопрос экспертам Вы можете на сайте. Там же Вы найдете ответы на самые частые вопросы и актуальные нормативные акты. Сайт ежедневно обновляется, Горячая линия работает бесплатно и круглосуточно.

Мы надеемся, что наша информационная поддержка позволит сотрудникам финансовых служб и специалистам в сфере закупок качественно продолжать работу в актуальных условиях.

Просим Вас довести информацию до заинтересованных лиц и по возможности разместить ее на официальном сайте организации...»

поскольку она не соответствует требованиям части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО обязательное для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

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