

ОПРЕДЕЛЕНИЕ О ПРЕКРАЩЕНИИ

ПРОИЗВОДСТВА ПО ДЕЛУ № 53-08/2015

07 октября 2015 года г. Челябинск

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

председатель Комиссии: <...> – заместитель руководителя Управления - начальник отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией;

члены Комиссии: <...> – главный специалист-эксперт отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией;

<...> – специалист-эксперт отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией,

рассмотрев дело №53-08/2015, возбужденное по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» по факту распространения в городе Челябинске на рекламных конструкциях рекламы, в которой присутствуют сведения: «Тепло от ТЭЦ «Фортум» - самое дешевое в Челябинске*...» в присутствии:

представителей заявителя - Министерства тарифного регулирования и энергетики Челябинской области,

представителей общества с ограниченной ответственностью «АлеМар» (далее – ООО «АлеМар»),

представителей открытого акционерного общества «Фортум» (далее - ОАО «Фортум»),

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области поступило обращение Министерства тарифного регулирования и энергетики Челябинской области (далее – Министерство) о распространении в городе Челябинске с использованием рекламных конструкций рекламы, в которой присутствуют сведения: «Тепло от ТЭЦ «Фортум» - самое дешевое в Челябинске*...».

По мнению Министерства, согласно Федеральному закону «О теплоснабжении» тарифы на тепловую энергию устанавливаются с учетом экономически обоснованных затрат и не могут оцениваться, как дешевые или дорогие, поскольку определяются целым рядом факторов, в том числе объемными показателями. Министерство считает, что приведенная в рекламе сравнительная оценка является некорректной, основанной на несопоставимых факторах. ОАО «Фортум» как

рекламодатель не вправе указывать в своей рекламе сведения «Тепло от ТЭЦ «Фортум» - самое дешевое в Челябинске*...», поскольку осуществляет регулируемый вид деятельности по установленным тарифам.

ОАО «Фортум», привлеченное к участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства, в своих объяснениях указало, что в период с 01.04.2015 по 30.06.2015 на основании договора № 9Ф от 24.03.2015, заключенного с ООО «АлеМар» об оказании услуг на изготовление и размещение рекламных конструкций, разместило наружную рекламу в городе Челябинске согласно адресной программе (приложение № 1 к договору № 9Ф от 24.03.2015), в которой присутствуют сведения о том, что тепловая энергия (тепло), производимая на ТЭЦ ОАО «Фортум» в г. Челябинске, является самой дешевой по сравнению с тепловой энергией, производимой на других источниках генерации и поставляемой потребителям тепловой энергии г. Челябинска. В рекламе содержится ссылка на официальный сайт Министерства тарифного регулирования и энергетики Челябинской области www.tarif74.ru, на котором опубликованы официальные документы о стоимости (тарифах) на тепловую энергию от разных производителей в Челябинском городском округе. Анализ тарифов на тепловую энергию из постановлений Государственного комитета «Единый тарифный орган» (в настоящее время – Министерство) «Об установлении тарифов на тепловую энергию на коллекторах источников тепловой энергии теплоснабжающих организаций на территории Челябинского городского округа» показывает, что тарифы на тепло с коллекторов ОАО «Фортум» в действительности являются самыми дешевыми в Челябинском городском округе.

ОАО «Фортум» в подтверждение своих доводов представило отчет Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» по теме «Анализ тарифов на тепловую энергию, отпускаемую потребителям от различных источников теплоснабжения, в отдельных субъектах Российской Федерации (договор 3 12.15/05.03 от 09 июля 2015 года), в котором указано «...Проведенный анализ показал, что тарифы на тепловую энергию на котельных выше тарифов на производство тепловой энергии в комбинированном режиме в среднем в 1,9-2,2. раза. При этом наибольшая дифференциация наблюдается в Волгоградской области и в Республике Хакасия (2,6 – 3 раза), наименьшая в Оренбургской, Московской и Челябинской областях (в 1,1 -1,5 раза).»

ООО «АлеМар», привлеченное к участию в деле в качестве заинтересованного лица и являющееся рекламодателем рекламы на основании договора № 9Ф от 24.03.2015, заключенного с ОАО «Фортум» указало следующее.

Реклама ОАО «Фортум» сопровождалась сведениями об официальном источнике, в данном случае сайте www.tarif74.ru, где размещена информация о тарифах на тепловую энергию в городе Челябинске. По мнению ООО «АлеМар», в рекламе отсутствует нарушение рекламного законодательства, поскольку критерием сравнения в рекламе является тариф на тепловую энергию. Согласно решениям МТРИЭ ЧО, опубликованным на сайте www.tarif74.ru, для ОАО «Фортум» установлен наиболее низкий по сравнению с другими хозяйствующими субъектами тариф.

Рассмотрев материалы дела и заслушав доводы сторон Комиссия приходит к следующим выводам.

В городе Челябинске на наружных рекламных конструкциях по адресам:

ул. Елькина, 59,
пр. Ленина, 71,
пр. Ленина, 62,
пересечение улиц Красная и Коммуны,
ул. Сони Кривой, 37,
ул. Энгельса, 40,
ул. Сони Кривой, 30,
пр. Свердловский, 62,
пр. Ленина – ул. Воровского,
пл. Революции («Музей искусств»),
ул. Елькина, 59,
пересечение ул. Цвиллинга и ул. Коммуны,
ул. Цвиллинга, 39,
ул. Воровского, 2,
ул. Кирова, 161

размещалась реклама, в которой указаны сведения: «Тепло от ТЭЦ «Фортум» - самое дешевое в Челябинске*...». На периферии рекламного поля присутствует ссылка в форме звездочки «*» и размещена информация: «В соответствии с решениями МТРИЭ ЧО, опубликованными на сайте www.tarif74.ru».

Указанная реклама распространялась в период с 01.04.2015 по 30.06.2015 согласно адресной программе в соответствии с приложением № 1 к договору оказания услуг по размещению имиджевой наружной рекламы ОАО «Фортум» в г. Челябинске № 9-ФЗ от 24 марта 2015 года, заключенному между ООО «АлеМар» и ОАО «Фортум».

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона «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.

Информация, размещенная на рекламных конструкциях в городе Челябинске, в которой присутствуют сведения: «Тепло от ТЭЦ «Фортум» - самое дешевое в Челябинске*...» формирует и поддерживает интерес к ОАО «Фортум» и оказываемым им услугам, имеет конечной целью продвижение его на рынке в сфере теплоснабжения.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»

недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно правовой позиции, изложенной в пункте 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда РФ от 8.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» суды должны учитывать, что 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 связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Из приведенных норм следует, что реклама, в которой используются сравнительные характеристики должна содержать критерий, по которому осуществляется сравнение, при этом данный критерий должен иметь объективное подтверждение.

Согласно свободной энциклопедии «Викисловарь» критерий – это признак, по которому производится оценка, определение или классификация чего-либо.

Как следует из текста рекламы «Тепло от ТЭЦ «Фортум» - самое дешевое в Челябинске*...», «В соответствии с решениями МТриЭ ЧО, опубликованными на сайте www.tarif74.ru критерием сравнения является тариф на тепловую энергию, установленный для ОАО «Фортум» в соответствии с решениями МТриЭ ЧО, то есть стоимость услуг (цена).

Федеральный закон «О рекламе» не содержит запрет на использование в тексте рекламной информации слов «самый», «самое», «лучший» и т.д., однако при этом, в соответствии с пунктом 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда РФ от 8.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» необходимо указать конкретный критерий, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

В данном случае, в рекламе в качестве критерия сравнения указан тариф (цена) на тепловую энергию, установленный для ОАО «Фортум» в соответствии с решениями тарифного органа.

Постановлениями Государственного Комитета «Единый тарифный орган Челябинской области» № 58/2 от 18 декабря 2014 года и № 58/1 от 18 декабря 2014 года, опубликованными на сайте www.tarif74.ru (далее – Постановления) установлены тарифы на теплоноситель, поставляемый ОАО «Фортум» на территории Челябинского городского округа и тарифы на тепловую энергию на коллекторах источника тепловой энергии ОАО «Фортум» на территории Челябинского городского округа.

Анализ Постановлений в сравнении с актами Министерства, принятыми в отношении хозяйствующих субъектов, осуществляющих оказание аналогичных услуг в сфере теплоснабжения в городе Челябинске, общее количество которых составляет 72 организации, показывает, что тариф на теплоноситель, поставляемый ОАО «Фортум» на территории Челябинского городского округа ниже чем у иных лиц.

Доказательств того, что иные хозяйствующие субъекты оказывают аналогичные услуги по тарифам ниже установленных органом регулирования Челябинской области для данной организации (ОАО «Фортум») заявителем не представлено, антимонопольным органом не получено.

Таким образом сведения, указанные в рекламе ОАО «Фортум» имеют документальное подтверждение.

Довод Министерства о недопустимости использования в рекламе ОАО «Фортум» сравнительной характеристики «самое дешевое тепло» ввиду её некорректности в связи с осуществлением ОАО «Фортум» регулируемого вида деятельности не может быть принят Комиссией во внимание ввиду следующего.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

К некорректному сравнению относится сравнение, которое противопоставляется корректному. В толковом словаре термин «корректный» определяется как «вежливый, тактичный, учтивый», а также «правильный, точный». Соответственно для целей определения понятия некорректного сравнения необходимо понимать неточное, неправильное сравнение (письмо ФАС России от 30.09.2011 N АК/37027).

Какой-либо неточной, неверной информации в отношении иных организаций, оказывающих услуги, аналогичные услугам, оказываемым ОАО «Фортум», реклама не содержит.

Действующее законодательство допускает использовать в рекламе информацию о преимуществах рекламируемых товаров (услуг), если при этом в ней отсутствует некорректное сравнение с находящимися в обороте товарами (услугами), которые произведены (выполняются) другими изготовителями или реализуются другими продавцами. Кроме того, рекламное законодательство, иные нормативно-правовые акты не содержат запрета на использование слов в превосходной степени в рекламе организаций, осуществляющих деятельность по регулируемым ценам (тарифам).

С учетом изложенного, Комиссия не усматривает в рекламе ОАО «Фортум» нарушения законодательства о рекламе.

В соответствии с подпунктом «а» пункта 36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Правил) производство по делу может быть прекращено в случае неподтверждения в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании изложенного, руководствуясь подпунктом «а» пункта 36 Правил Комиссия,

ОПРЕДЕЛИЛА:

производство по делу № 53-08/2015 прекратить.