

ПОСТАНОВЛЕНИЕ
о назначении административного наказания по делу
об административном правонарушении № 4-14.3-978/77-15

«29» сентября 2015 года

г. Москва

Я, <...>, рассмотрев протокол от 25.09.2015 и материалы дела № 4-14.3-978/77-15 об административном правонарушении, возбужденного в отношении ПАО «ВымпелКом», в связи с нарушением части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее- Закон о рекламе), при распространении рекламы планшета «Билайн Таб» «Борьба за планшет окончена» на телеканалах «ГНТ», «НТВ», «Первый Канал» в декабре 2014 г., ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ),

УСТАНОВИЛ:

ПАО «ВымпелКом» (127083, г. Москва, ул. Восьмого Марта, 10, стр. 14) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц за основным государственным регистрационным номером 1027700166636 ИНН 7713076301, КПП 771301001.

ПАО «ВымпелКом» распространило на телеканалах «ГНТ», «НТВ», «Первый Канал» в декабре 2014 г. рекламу планшета «Билайн Таб» «Борьба за планшет окончена» следующего звукового содержания: «Борьба за планшет окончена! Планшет «Билайн Таб» всего за 1950 рублей, а также миллионы развлечений на Google Play. Билайн. Просто. Удобно. Для тебя! Вы не ослышались! Всего за 1950 рублей», сопровождающуюся следующей визуальной информацией: «Акция проводится с 01.11.14 по 31.01.2015 в офисах продаж и обслуживания «Билайн» и партнеров на всей территории РФ, кроме Республики Крым и Севастополя. Для абонентов «Билайн» предоплатной системы расчетов.», «При подключении услуг связи в салонах «Билайн». Цена планшета с SIM-картой и опцией «Хайвей» на 3 месяца — 2850 руб. (с НДС). Цена планшета без подключения по акции — 2850 руб. (с НДС)»

Решением Комиссии Московского УФАС России по рассмотрению дела № 3-5-104/77-15 о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе от 17.07.2015 в указанной рекламе установлено нарушение требований ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе, объектом рекламирования является 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.

Согласно пункту 3 статьи 3 Закона о рекламе, под товаром понимается продукт

деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Рассматриваемая реклама содержит изображение зарегистрированного товарного знака «Билайн», а также надпись «Просто. Удобно. Для тебя!».

Информация распространялась на телеканалах «ТНТ», «НТВ», «Первый Канал», а следовательно, была доступна для восприятия неопределенному кругу лиц.

При этом, под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации как предназначенность для неопределенного круга лиц означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана ина восприятие которых реклама направлена.

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация отвечает всем законодательно установленным признакам рекламы, а именно: содержит объект рекламирования, распространялась неопределенному кругу лиц и, исходя из способа распространения и содержания, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, а следовательно является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.

Данный вывод ПАО «ВымпелКом» не оспаривается, а также подтверждается представленным в адрес Московского УФАС России договором с рекламораспространителем.

Согласно части 7 статьи 5 Закона 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.

Введение в заблуждение представляет собой умышленное создание об объекте рекламирования впечатления, которое на самом деле не соответствует его реальным качествам и характеристикам, условиям его приобретения или использования.

Отсутствие части существенной информации или неправильное ее изложение не позволяет правильно, адекватно воспринимать информацию, вводит в заблуждение и влияет на оценку и решение потребителей относительно товара.

Согласно пункту 28 постановления Пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые 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.

В рассматриваемом случае, информация следующего звукового содержания: «Борьба за планшет окончена! Планшет «Билайн Таб» всего за 1950 рублей, а также

миллионы развлечений на Google Play. Билайн. Просто. Удобно. Для тебя! Вы не ослышались! Всего за 1950 рублей», была выделена на экране крупным размером шрифта.

Информация об иных существенных условиях, а именно: «Акция проводится с 01.11.14 по 31.01.2015 в офисах продаж и обслуживания «Билайн» и партнеров на всей территории РФ, кроме Республики Крым и Севастополя. Для абонентов «Билайн» предоплатной системы расчетов.», «При подключении услуг связи в салонах «Билайн». Цена планшета с SIM-картой и опцией «Хайвей» на 3 месяца — 2850 руб. (с НДС). Цена планшета без подключения по акции — 2850 руб. (с НДС)», формально присутствующая в рекламе, представлена исключительно визуально, мелким, трудно читаемым шрифтом, существенно отличающемся по форме представления от более выгодной информации о стоимости товара (в силу звукового и графического выделения).

Реклама, в соответствии с Законом о рекламе, предназначена для распространения среди неопределенного круга лиц, в связи с чем, вся информация, включая обязательные к указанию сведения, должна быть доступна для потребителей при ознакомлении с рекламой без специальных усилий и применения специальных средств. Такая реклама, в соответствии со статьей 5 Закона о рекламе, должна быть добросовестной и достоверной и не вводить в заблуждение потребителей.

В рассматриваемом случае наименее привлекательная информация, формально присутствуя в рекламе, не может быть воспринята потребителями в силу мелкого шрифта и короткого времени отображения, а равно не доводится до потребителей надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получает существенную для него информацию и вводится в заблуждение относительно предлагаемого товара.

В данной рекламе существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, выделенная для восприятия указанным способом, но и информация, отсутствие которой способно обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламы. Такие сведения, формально присутствуя в рекламе планшета «Билайн Таб», фактически не могут быть восприняты потребителем, а равно не доводятся для неопределенного круга лиц надлежащим образом, в связи с чем потребитель не получает предусмотренную Законом о рекламе информацию и вводится в заблуждение относительно предлагаемой услуги.

Совокупность фактов, а именно: ограниченное время считывания информации для потребителей, фактический размер шрифта, которым написаны существенные условия оказания услуг, не позволяют потребителям указанной рекламы прочесть и воспринять иную существенную информацию, доведение которой до потребителей обязательно в соответствии с Законом о рекламе.

Таким образом, оценив совокупность фактических обстоятельств, должностное лицо Московского УФАС приходит к выводу, что сведения, распространяемые мелким шрифтом, не доведены до потребителя рекламы. При этом, информация «Всего за 1950 рублей» сама по себе, без сопровождения доступными для восприятия потребителя иными условиями, создает ложные впечатления о стоимости товара, не донося существенные его условия.

Таким образом, при распространении рекламы планшета «Билайн Таб» выявлен факт нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама, не

соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, является ненадлежащей.

Таким образом, реклама планшета «Билайн Таб», распространенная с нарушением части 7 статьи 5 Закона о рекламе, является ненадлежащей.

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5 Закона о рекламе, несет рекламоделец.

В результате анализа положений Договора «ВК-ЭМ-0711 от 01.01.2013, на основании которого спорная реклама была распространена установлено, что рекламоделом указанной рекламы является ПАО «ВымпелКом». Данный факт ПАО «ВымпелКом» не оспаривается.

Таким образом, установлено нарушение ПАО «ВымпелКом» части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Вместе с тем, представителем ПАО «ВымпелКом» при составлении протокола об административном правонарушении по настоящему делу представлены пояснения по факту нарушения, в которых Общество указывает на отсутствие события административного правонарушения и отсутствие в действиях Общества состава административного правонарушения.

В обоснование заявленного довода ПАО «ВымпелКом» указывает на присутствие в рекламе текстового (визуального) способа доведения информации до потребителя, а также указания официального сайта компании www.beeline.ru, на котором можно ознакомиться с подробной информацией.

Должностное лицо Московского УФАС России, рассмотрев заявленные ПАО «ВымпелКом» доводы, считает необходимым отметить следующее.

Факт распространения ПАО «ВымпелКом» рекламы, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования установлен решением Комиссии Московского УФАС России от 17.07.2015 по делу № 3-5-104/77-15, а также закреплён как в протоколе об административном правонарушении по делу № 4-14.3-978/77-15, так и в настоящем постановлении.

Необходимо отметить, что информация о существенных условиях приобретения товара транслируется в рассматриваемой рекламе в виде текста, расположенного в нижней части экрана. При этом, продолжительность данной трансляции настолько незначительна, что не позволяет потребителю рекламы ознакомиться с содержанием распространяемой информациию.

Так, существенная информация в спорной рекламе разбита на три блока, сменяющихся на протяжении рекламного ролика. Каждый из названных блоков демонстрируется в рекламе на протяжении 2-5 секунд, при общей продолжительности рекламы в 19 секунд.

Учитывая данные обстоятельства, представляется очевидным, что существенная информация о товаре до потребителя фактически не доводится; присутствие в рекламе текстовой информации носит формальный характер.

В свою очередь указание в рекламе адреса сайта, на котором присутствует вся необходимая информация, не может быть признано надлежащим способом доведения существенной информации до потребителей, поскольку такая информация должна содержаться непосредственно в самой рекламе.

Таким образом, отсутствие в рассматриваемой рекламе части существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или

использования, подтверждается материалами дела и сомнения не вызывает.

Местом совершения административного правонарушения является место выявления рекламы планшета «Билайн Таб», распространенной на телеканалах «ТНТ», «НТВ», «Первый Канал» - г. Москва.

Время совершения административного правонарушения — 07.12.2014 (последний день распространения спорной рекламы на телеканалах «ТНТ», «НТВ», «Первый Канал»)

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ, административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое КоАП РФ или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

В соответствии с частью 2 статьи 2.1 КоАП РФ, юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых КоАП РФ или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Вина ПАО «Вымпелком» состоит в распространении рекламы планшета «Билайн Таб» на телеканалах «ТНТ», «НТВ», «Первый Канал», с нарушением требований ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе. Должностным лицом Московского УФАС России не установлено объективных обстоятельств, делающих невозможным соблюдение указанных требований.

Ответственность за невыполнение требований установленных частью 7 статьи 5 Закона о рекламе, предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с ч. 3 ст. 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания юридическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

В соответствии с п. 2 ч. 1 ст. 4.3 КоАП РФ к числу обстоятельств, отягчающих административную ответственность, относится повторное совершение однородного административного правонарушения, если за совершение первого административного правонарушения лицо уже подвергалось административному наказанию, по которому не истек срок предусмотренный ст. 4.6 КоАП РФ.

Согласно ст. 4.6 КоАП РФ лицо, которому назначено административное наказание за совершение административного правонарушения, считается подвергнутым данному наказанию со дня вступления в законную силу постановления о назначении административного наказания до истечения одного года со дня окончания исполнения данного постановления.

Постановлением Московского УФАС России о наложении штрафа по делу об административном правонарушении № 4-14.3-224/77-14 от 15.05.2014 ПАО «Вымпелком» привлечено к административной ответственности в виде административного штрафа в размере 100 000 рублей в соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Постановлением Московского УФАС России о наложении штрафа по делу об административном правонарушении № 4-14.3-227/77-14 от 15.05.2014 ПАО «Вымпелком» привлечено к административной ответственности в виде административного штрафа в

размере 100 000 рублей в соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Таким образом, должностным лицом установлены обстоятельства, отягчающие административную ответственность ПАО «ВымпелКом».

Обстоятельств, смягчающих административную ответственность ПАО «ВымпелКом», должностным лицом административного органа не установлено.

Вместе с тем, ПАО «ВымпелКом» заявлено ходатайство о прекращении производства по делу в связи с малозначительностью совершенного административного правонарушения.

В обоснование заявленного ходатайства ПАО «ВымпелКом» приведены доводы о малой общественной опасности совершенного правонарушения, а также об отсутствии жалоб на рекламу планшета «Билайн Таб».

В соответствии со статьей 2.9 КоАП РФ при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, орган, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

При этом оценка малозначительности деяния должна соотноситься с характером и степенью общественной опасности, причинением либо угрозой причинения вреда личности, обществу или государству. Понятие малозначительности административного правонарушения является категорией оценочной и определяется в каждом конкретном случае с учетом выявленных обстоятельств.

Квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях и производится с учетом положений пункта 18 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» применительно к обстоятельствам конкретного совершенного лицом деяния.

Малозначительным правонарушением является действие или бездействие, хотя формально и содержащее признаки состава административного правонарушения, но, с учетом характера совершенного правонарушения и роли правонарушителя, размера вреда и тяжести наступивших последствий, не представляющее существенного нарушения охраняемых общественных правоотношений.

В данном случае существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается в неисполнении ПАО «ВымпелКом» своих обязанностей, предусмотренных формальными требованиями Закона о рекламе, что посягает на установленный порядок в области распространения рекламы.

Закон о рекламе, регулируя отношения, возникающие в процессе производства, размещения и распространения рекламы, ставит своей целью предотвращение и пресечение ненадлежащей рекламы.

Кроме того, в контексте оценки доводов ПАО «ВымпелКом» об отсутствии жалоб со стороны потребителей относительно рекламы планшета следует отметить, что невозможность обеспечения непосредственного учета вредных последствий правонарушения, обусловленная его спецификой, не может расцениваться как однозначное свидетельство ненаступления таких последствий.

Исходя из вышесказанного, должностное лицо Московского УФАС России считает невозможным применение положений ст. 2.9 КоАП РФ, следовательно, Общество не может быть освобождено от административной ответственности в связи

с малозначительностью совершенного административного правонарушения.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства Российской Федерации о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан — от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц — от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; юридических лиц — от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Таким образом штраф, подлежащий взысканию, составляет 200 000 рублей.

Руководствуясь статьями 33, 38 Закона о рекламе, статьями 4.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

За нарушение п. 7 ст. 5 Закона о рекламе, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, назначить ПАО «ВымпелКом» (127083, г. Москва, ул. Восьмого Марта, 10, стр. 14, ОГРН 1027700166636 ИНН 7713076301, КПП 771301001, дата регистрации — 28.08.2002) административное наказание в виде административного штрафа в размере 200 000 (двухсот тысяч) рублей.

Согласно части 1 статьи 32.2 КоАП РФ административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП РФ.

В соответствии с частью 5 статьи 32.2 КоАП РФ при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, и информации об уплате административного штрафа в Государственной информационной системе о государственных и муниципальных платежах, по истечении срока, указанного в части 1 настоящей статьи, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, направляют в течение десяти суток постановление о наложении административного штрафа с отметкой о его неуплате судебному приставу-исполнителю для исполнения в порядке, предусмотренном федеральным законодательством.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5 КоАП РФ сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме.

Суммы штрафов, уплаченных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, зачисляются в соответствующие бюджеты в соотношении:

- 40% в Федеральный бюджет;
- 60% в бюджет субъекта Российской Федерации, на территории которого зарегистрировано ПАО «Вымпелком», перечислением через банк, обслуживающий хозяйствующий субъект.

Реквизиты для уплаты административных штрафов, предусмотренных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе (квитанция прилагается):

Получатель: УФК по г. Москве (для Московского УФАС России,
л/с 04731324890)

Банк получателя: Отделение 1 Москва)

ИНН 7706096339

КПП 770101001

БИК 044583001

р/с 40101810800000010041

КБК 161 1 16 26000 01 6000140

ОКТМО 45375000

Назначение платежа: административный штраф по делу № 4-14.3-978/77-15.

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП РФ неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражном суде в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

В соответствии с пунктом 1 статьи 31.1 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

Приложение: квитанция на 1 листе.