

ООО «Компания 2 КОМ»

Бутлерова ул., д. 17Б,
г. Москва, 117342

Автомобильный пр-д, д. 4, стр. 1,
г. Москва, 109029

<...>

РЕШЕНИЕ
по делу № 3-5-19/77-17

«09» февраля 2017 года

г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России) в составе:

председателя Комиссии – <...>,

членов Комиссии – <...>, <...>,

рассмотрев дело № 3-5-19/77-17, возбужденное в отношении ООО «Компания 2КОМ» относительно размещения в период с 20.09.2016 по 04.10.2016 на стенде по адресу: г. Москва, Неманский пр-д, д. 11, рекламы «2 КОМ» следующего содержания: *«Интернет ограничений больше нет. Без ограничения скорости за 990Р в мес. 100 Мбит/с за 290 Р в мес. 30 Мбит/с. (499)968-95-94». 2КОМ.RU. 2КОМ»*, с признаками нарушения части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы, в которой отсутствует часть существенной информации относительно условия приобретения товаров, в присутствии представителя ООО «Компания 2КОМ» в лице Лизоркина А.В. (по доверенности № 29 от 30.01.2017),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-19/77-17 возбуждено в отношении ООО «Компания 2КОМ»



на основании заявления физического лица по факту размещения в объявлении на стенде по адресу: г. Москва, Неманский пр-д, д. 11, рекламы «2 КОМ» следующего содержания: *«Интернет ограничений больше нет. Без ограничения скорости за 990Р в мес. 100 Мбит/с за 290 Р в мес. 30 Мбит/с. (499)968-95-94». 2КОМ.RU. 2КОМ».*

Согласно представленным в материалы дела договорам и приложениям к ним, реклама рассматриваемого в рамках настоящего дела содержания, распространялась исключительно на стендах внутри и снаружи подъездов домов, расположенных на территории города Москвы. Подтверждения распространения идентичной рекламы за пределами города Москвы в материалах дела отсутствует.

В рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы, в которой отсутствует часть существенной информации относительно условия приобретения товаров.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, выслушав доводы представителя ООО «Компания 2КОМ», оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

ООО «Компания 2КОМ» (адрес: 117342, г. Москва, ул. Бутлерова, д. 17Б) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 04.12.2002 за основным государственным регистрационным номером 1025006037352, ИНН 5046042235, КПП 772801001.

На информационном стенде, расположенном по адресу: г. Москва, Неманский пр-д, д. 11, в период с 20.09.2016 по 04.10.2016 размещалась реклама следующего содержания: *«Интернет ограничений больше нет. Без ограничения скорости за 990Р в мес. 100 Мбит/с за 290 Р в мес. 30 Мбит/с. (499)968-95-94». 2КОМ.RU. 2КОМ».* Кроме того внизу макета указывалась информация, выполненная мелким нечитаемым шрифтом:

«Оператор 2КОМ не ограничивает входящую/исходящую скорость интернет соединения по LAN; Конечная скорость передачи данных по Wi-Fi зависит только от технических характеристик абонентского оборудования (Сетевая карта ПК или ноутбука, Wi-Fi роутера); Оператор 2КОМ рекомендует при подключении к высокоскоростным тарифам использовать беспроводной маршрутизатор D-LINK DIR-825/AC; Промо-период по тарифным планам «Premium» и «Elite» действует 6 месяцев с даты подключения, с 7-го месяца ежемесячная скорость составит 490 руб. в месяц на тарифном плане «Premium» и 1590 руб. в месяц на тарифном плане «Elite»; Подробности по тел.: +7(499) 968-95-96».

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, под рекламой понимается информация, распространяемая 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.

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 и на восприятие которых реклама направлена.

Рассматриваемая реклама распространялась посредством информационного стенда, расположенного у входа в подъезд многоквартирного дома. Таким образом, установлено, что способ распространения рассматриваемой рекламы является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по кругу лиц-потребителей рекламы, Комиссией Московского УФАС России не установлено.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, под объектом рекламирования понимается товар, средство 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.

В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе, товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно пункту 3 Закона о рекламе, товаром признается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Исходя из содержания рекламы, в данном случае объектом рекламирования являются услуги по предоставлению Интернета «2КОМ» ООО «Компания 2КОМ».

На основании изложенного, спорное информационное сообщение является рекламой. Данный факт Ответчиком не оспаривается.

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.

В соответствии с пунктом 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 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

Текст рекламы содержал указание на цену различных тарифных планов Интернета. В нижней части макета мелким нечитаемым шрифтом размещалась информация об изменении цены тарифов по истечении определенного периода времени. В соответствии с описанием тарифного плана «Elite», указанная в рекламе цена «990 рублей в месяц» действует только первые 6 месяцев после подключения. В дальнейшем цена составляет 1590 рублей в месяц. Аналогично указанная в рекламе цена «290 рублей в месяц» за тарифный план «Premium» по истечении полугода составляет 490 рублей в месяц. При этом в самой рекламе отсутствует информация о названии тарифов.

Вся вышеизложенная информация была представлена в рекламе мелким шрифтом белого цвета на светло-оранжевом фоне в нижней части рекламного макета. Информационные стенды, на которых размещалась реклама, расположены в непосредственной близости ко входу в подъезд многоквартирного дома, направлены, в первую очередь на жителей дома, а следовательно должны быть изложены в рекламе таким образом, при котором информация будет доступна для восприятия именно такой группе лиц-потребителей рекламы.

Однако, использованный в данном случае способ изложения необходимой для потенциального клиента ООО «Компания 2КОМ» информации не отвечал вышеуказанным требованиям. Крупным и доступным для восприятия была указана лишь первоначальная цена на тарифные планы. При этом не назывались сами тарифные планы; условия, при которых цена тарифных планов менялась не сообщались. Формальное же присутствие необходимой информации в рекламе, без возможности ее восприятия потребителями свидетельствует об отсутствии такой информации в рекламе как таковой.

Более того, исходя из фотографий указанного стенда, рассматриваемый макет размещался под стеклом.

Учитывая особенность стеклянной поверхности отражать падающий на нее свет, а также преломление света в различное время суток, рассматриваемая информация становится недоступной для восприятия потребителя.

Таким образом, установлено, что в спорной рекламе отсутствовала часть существенных условий, надлежащее доведение которых могло существенно повлиять на выбор потенциальным потребителем услуг по подключению Интернета именно ООО «Компания 2КОМ».

На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что в рассматриваемой рекламе установлен факт

нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе, в соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем признается изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламораспространителем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Спорная реклама распространялась на информационном стенде, расположенном по адресу г. Москва, Неманский пр-д, д. 11, в период с 20.09.2016 по 04.10.2016. Согласно представленным ООО «Чистый Город М», ООО «Компания 2КОМ» документам и сведениям, владельцем указанного информационного стенда является ООО «Чистый Город М».

Рассматриваемая реклама размещалась на указанном информационном стенде на основании договора № ВАО5035 от 25.12.2015, заключенного между ООО «Чистый Город М» и ООО «Компания 2КОМ» (далее — Договор).

В соответствии с пунктом 2.1 Договора, ООО «Чистый Город М» оказывает комплекс услуг по размещению на стендах рекламы, предоставляемой ООО «Компания 2КОМ», а также определяет порядок и условия исполнения заказа.

Согласно Приложению 3 к Договору, рассматриваемая реклама распространялась исключительно на территории г. Москвы.

На основании изложенного Комиссией Московского УФАС России установлено, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Компания 2КОМ».

Таким образом, за нарушение в рассматриваемой рекламе части 7 статьи 5 Закона о рекламе ответственность несет ООО «Компания 2КОМ».

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

Также, в дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а

равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на основании которых рассматриваемая реклама размещалась.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, не является мерой ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ООО «Компания 2КОМ» предписания о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 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 Московского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать ООО «Компания 2КОМ» нарушившим часть 7 статьи 5 Закона о рекламе при распространении на информационном стенде, расположенном по адресу г. Москва, Неманский пр-д, д. 11, в период с 20.09.2016 по 04.10.2016 рекламы следующего содержания: *«Интернет ограничений больше нет. Без ограничения скорости за 990Р в мес. 100 Мбит/с за 290 Р в мес. 30 Мбит/с. (499)968-95-94». 2КОМ.RU. 2КОМ»,* в которой отсутствует часть существенной информации относительно условия приобретения товаров.

2. Выдать ООО «Компания 2КОМ» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>