

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении штрафа по делу № 49-АР-2015

об административном правонарушении

17 декабря 2015 г.

г. Чебоксары

И. о. руководителя Чувашского УФАС России «...», рассмотрев протокол и материалы дела № 49-АР-2015 г. об административном правонарушении, возбужденного протоколом об административном правонарушении от 08.12.2015 г. в отношении **общества с ограниченной ответственностью «Т2 Мобайл»** (юридический адрес: 125212, г. Москва, Ленинградское шоссе, д.39а, стр.1, ИНН 7743895280, КПП 774301001), по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в связи с нарушением требований, установленных пунктами 1, 20 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», в присутствии представителя ООО «Т2 Мобайл» - «...»

УСТАНОВИЛ:

на основании обращения гр. «...» (вх. № 05-13/5797 от 27.07.2015 г.), Чувашским УФАС России установлено, что 19.07.2015 г. на торце здания Дом Мод по адресу: г. Чебоксары, ул. К. Воробьевых, д.20 размещалась наружная реклама оператора сотовой связи «TELE2» следующего содержания:

«Быть как все нам неинтересно.

Мы дешевле. Честно.

Новый мобильный оператор «TELE2».

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» под рекламой понимается 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, распространяемая в июле - августе т. г. ООО «Т2 Мобайл» на торце здания Дом Мод по адресу: г. Чебоксары, ул. К. Воробьевых, д.20, направлена на формирование у потребителей желания воспользоваться указанными услугами оператора сотовой связи «TELE2», сообщение о том, что «Мы дешевле», вызывает интерес у неопределенного круга лиц и способствует продвижению этих услуг на рынке аналогичных услуг иных операторов сотовой связи.

Таким образом, данная информация соответствует всем квалифицирующим

признакам рекламы, определенным статьей 3 Федерального закона «О рекламе», поэтому является рекламой.

В соответствии со статьей 5 Федерального закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно пунктам 1, 20 части 3 статьи 5 указанного закона недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара (услуги) перед находящимися в обороте товарами (услугами), которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, а также об изготовителе или продавце рекламируемого товара.

Частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» определено, что 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.

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушения требований, установленных пунктами 1, 20 части 3 статьи 5, частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», несёт рекламодатель.

В смысле Федерального [закона](#) "О рекламе" рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, рекламопроизводителем - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму, а рекламораспространителем - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств ([пункты 5 - 7 части 1 статьи 3](#) Федерального закона "О рекламе").

Из договора № TELE-РНО/12-14 от 06.11.2014 г. следует, что именно общество определило содержание рассматриваемой рекламы услуг оператора сотовой связи «TELE2».

Таким образом, в смысле статьи 3 Федерального закона «О рекламе» ООО «Т2 Мобайл» является рекламодателем.

Согласно [пункту 9](#) Постановления Пленума ВАС РФ от 8 октября 2012 года N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Закона о рекламе" рекламодатель несет ответственность за достоверность не только тех сведений, которые относятся к его собственной деятельности (товару), являющейся объектом рекламирования, но и тех сведений, которые относятся к деятельности (товару) его конкурентов, объектом рекламирования не являющейся, таким образом, необходимо учитывать, что **при сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускается сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров**, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства. Согласно [пункту 29](#) указанного Постановления Пленума ВАС РФ, 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 "лучше", "первый", "номер один", «единственный», «уникальный» и т. п., должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной. В связи с этим принято подобные утверждения сопровождать ссылкой на результат соответствующих исследований и источник данных.

Рассматриваемая наружная реклама ООО «Т2 Мобайл» содержит утверждение «Мы дешевле», при этом не сопровождается ссылкой на результат соответствующих исследований и источник данных, что является существенной информацией для потребителей.

Исходя из вышеизложенного, наружная реклама ООО «Т2 Мобайл», размещенная на торце здания Дом Мод по адресу: г. Чебоксары, ул. К. Воробьевых, д.20 в июле-августе 2015 г., нарушает требования, установленные пунктами 1, 20 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

ООО «Т2 Мобайл» не признало нарушений пунктов 1, 20 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», допущенных при распространении в июле – августе т. г. наружной рекламы на торце здания Дом Мод по адресу: г. Чебоксары, ул. К. Воробьевых, д.20.

В письменном объяснении ООО «Т2 Мобайл» (вх. № 05-14/9822 от 11.12.2015 года) пояснило, что содержание рекламы с утверждением «Мы дешевле» на содержит сравнения с конкретными юридическими лицами и с ценовой политикой определенных операторов сотовой связи, следовательно, не нарушает права и интересы определенных операторов сотовой связи.

По смыслу части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» в самой рекламе должна содержаться существенная информация, способная вызвать у потребителя неискаженное представление об объекте рекламирования. При этом Закон не требует указания всей существенной информации, но обязывает рекламодателя формировать надлежащее представление о товаре (услуге).

ООО «Т2 Мобайл» представило тарифные планы с более низкой стоимостью услуг.

Кроме того, согласно исследованиям стоимости услуг сотовой связи в регионах России, проводимым компанией ComNews Research ежегодно с 2008 года указано, что ООО «Т2 Мобайл» предлагает наиболее выгодные цены на услуги мобильной связи, то есть дешевле, чем остальные операторы мобильной связи.

Таким образом, отсутствие в рассматриваемой наружной рекламе ссылки на результат исследований не является нарушением части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», так как утверждение «Мы дешевле» подтверждено объективными данными, следовательно, смысл рекламы не искажается.

Исходя из вышеизложенного, ООО «Т2 Мобайл» полагает, что вина общества в совершенном правонарушении отсутствует, и просит административное производство в отношении ООО «Т2 Мобайл» прекратить.

Доводы представителя ООО «Т2 Мобайл» являются несостоятельными по следующим основаниям

При оценке рекламы учитывается субъективное восприятие сообщенных ею сведений. Определяющим в этом случае является не то, что имел в виду рекламодатель, и не то, насколько сообщенные сведения соответствуют истине, а **лишь их восприятие потребителями.**

Использование в рекламе неточных высказываний или преувеличений относительно товара (услуги) может создать у потребителя неверное представление об этом товаре (услуге) и ввести его в заблуждение.

При этом в рекламе существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

При оценке восприятия рекламы следует предполагать наличие определенного набора знаний и опыта адресатов рекламы, исходя из среднего уровня, характерного для существенной части потребительской аудитории.

Исходя из вышеизложенного, наружная реклама ООО «Т2 Мобайл», содержащая утверждение «Мы дешевле», 01.10.2015 г. рассмотрена Экспертным советом по применению законодательства о рекламе для определения, для определения восприятия рассматриваемой наружной рекламы потребителями с пояснением понимания смысла данной рекламы в части формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В соответствии с Положением об экспертном совете по применению законодательства о рекламе при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Чувашской Республике - Чувашии, Экспертный совет является консультативно-совещательным органом при Чувашском УФАС России.

Его решения имеют рекомендательный характер и представляются в Чувашское УФАС России для принятия решений о соответствии рекламы требованиям законодательства Российской Федерации.

По результатам рассмотрения члены Экспертного совета по применению законодательства о рекламе признали, что рассматриваемая реклама содержит сравнение услуг оператора «TELE2» с другими операторами сотовой связи в отсутствии критерия, по которому производится сравнение, при этом содержание данной рекламы воспринимается таким образом, что оператор сотовой связи «TELE2» является «дешевым» оператором, а услуги сотовой связи, оказываемые ООО «Т2 Мобайл» «дешевле», чем услуги иных операторов сотовой связи.

Рассматриваемая реклама «TELE2» не сопровождается ссылкой на результат соответствующих исследований и источник данных, подтверждающих утверждение «Мы дешевле», что является нарушением требований, установленных **Федеральным законом «О рекламе»**.

Представители ПАО «ВымпелКом», ПАО «МТС» и ПАО «МегаФон», рассмотрев рекламу «TELE2», также считают рекламный слоган «Мы дешевле» не соответствующим требованиям рекламного законодательства в части распространения недостоверной рекламы относительно стоимости услуг оператора сотовой связи «TELE2» и представления «нового сотового оператора» как «дешевого» оператора сотовой связи.

Слоган «Мы дешевле» носит сравнительный характер в части стоимости оказываемых оператором сотовой связи «TELE2» услуг, при этом данный слоган понимается неоднозначно, так как для потребителя остается неясным, какие конкретно услуги связи «TELE2» (мобильная связь, смс-сообщения, скоростной Интернет) «дешевле», чем аналогичные услуги, оказываемые иными операторами сотовой связи.

Непредставление потребителю информации, в полном объеме определяющей критерий, «дешевле» которого стоимость оказываемых оператором сотовой связи «TELE2» услуг, не позволяет правильно воспринимать информацию и вводит потребителей в заблуждение (часть 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе»).

Пояснение представителя ООО «Т2 Мобайл» о том, что в рассматриваемой рекламе «Мы дешевле» речь идет о тарифных планах не подтверждается содержанием данной рекламы.

В наружной рекламе «Быть как все нам неинтересно. Мы дешевле. Честно. Новый мобильный оператор «TELE2» сравнение с иными операторами сотовой связи построено таким образом, что его достоверность не может быть ни подтверждена, ни опровергнута представленными ООО «Т2 Мобайл» тарифными планами: «Оранжевый», «Черный», «Очень черный», «Самый черный».

Подобрать идентичный товар (тарифный план) другого продавца (оператора связи) не представляется возможным, так как тарифный план представляет собой набор услуг (пакет), ориентированный на потребителя. Двух одинаковых тарифных планов на рынке сотовой связи Чувашской Республики ООО «Т2 Мобайл» не представлено.

Представленное ООО «Т2 Мобайл» исследование стоимости услуг сотовой связи в регионах России проводилось компанией ComNews Research в сентябре 2015 г., в то время как рассматриваемая наружная реклама распространялась в июле – августе 2015 г.

Довод представителя об отсутствии в рекламе общества нарушения пункта 20 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» признан состоятельным.

Нарушение **рекламодателем**, рекламопроизводителем и рекламораспространителем законодательства о рекламе образует состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

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 настоящим Кодексом или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Учитывая вышеизложенное, ООО «Т2 Мобайл» виновно в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, поскольку именно данное юридическое лицо определило содержание рассматриваемой наружной рекламы, при этом не предприняло всех зависящих от общества мер по соблюдению требований, определенных пунктом 1 части 3 статьи 5, частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Административная ответственность за указанное правонарушение предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ в виде наложения административного штрафа на юридических лиц – от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

В соответствии со статьей 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.

Надлежащая и достоверная реклама является неотъемлемой составляющей добросовестной конкуренции и защиты прав потребителей. Установленные по делу обстоятельства свидетельствуют о пренебрежительном отношении рекламодателя к соблюдению данных норм рекламного законодательства.

Доказательства исключительности рассматриваемых случаев нарушений требований рекламного законодательства не представлены.

С учетом вышеизложенного в рассматриваемом случае исключается возможность применения положений статьи 2.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях о малозначительности совершенного административного правонарушения.

В соответствии со статьей 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.

При назначении наказания ООО «Т2 Мобайл» учитываются обстоятельства и характер совершенного правонарушения, имущественное и финансовое положение данного лица. Обстоятельства смягчающие и отягчающие административную ответственность отсутствуют.

Определяя степень ответственности юридического лица – ООО «Т2 Мобайл», считаю возможным применить меру наказания в пределах низшей санкции, предусмотренной статьей 14.3 КоАП РФ.

Руководствуясь статьей 23.48, частью 1 статьи 29.9, 29.10, 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе»,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать ООО «Т2 Мобайл» виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Назначить ООО «Т2 Мобайл» наказание в виде административного штрафа в размере 100 000 (сто тысяч) рублей.

Согласно части 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Сумму штрафа за нарушение законодательства о рекламе надлежит уплатить по следующим реквизитам:

Получатель:

ИНН 2128017971, КПП 213001001 УФК по Чувашской Республике (Чувашское УФАС России)

Банк получателя:

ГРКЦ НБ Чувашской Республики Банка России г. Чебоксары,

БИК 049706001, р/счет 40101810900000010005,

КБК 161 1 16 26000 01 6000 140 ОКТМО 97701000

Наименование платежа: «Денежные взыскания (штраф) за нарушение

законодательства о рекламе».

В соответствии с пунктом 3 части 1 статьи 30.1 и части 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление может быть обжаловано в Арбитражный суд в соответствии с АПК РФ в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

«...»