

РЕШЕНИЕ

Дело № 38-Р-2015

29 октября 2015 г.

г. Чебоксары

Резолютивная часть решения оглашена 27 октября 2015 г.

Решение изготовлено в полном объеме 29 октября 2015 г.

Комиссия Чувашского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии «...»

рассмотрев дело N 38-Р-2015, возбужденное в отношении ООО «Т2 Мобайл» по факту распространения в июле – августе т. г. оператором сотовой связи «TELE2» наружной рекламы с признаками нарушения требований, определенных пунктами 1, 20 части 3 статьи 5, частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе по адресу: ул. К. Воробьевых, д.20,

г. Чебоксары, 428000,

в присутствии представителя ООО «Т2 Мобайл» - «...»

в присутствии представителя ПАО «Вымпел-Коммуникации» - «...»

в присутствии представителя ПАО «Вымпел-Коммуникация» - «...»

в присутствии представителя ОАО «Мобильные ТелеСистемы» - «...»

в присутствии представителя ОАО «МегаФон» - «...»

в отсутствие заявителя – гр. «...», извещенного о времени и месте рассмотрения дела надлежащим образом,

УСТАНОВИЛА:

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 (фотография прилагается) размещена наружная реклама оператора сотовой связи «TELE2» следующего содержания:

«Быть как все нам неинтересно.

Мы дешевле. Честно.

Новый мобильный оператор «TELE2».

По мнению заявителя гр. «...», данная реклама является недостоверной, так как на сайте <http://chuvashia.shop.tele2.ru> в разделе «Каталог номеров» оператор сотовой связи «TELE2» предлагает обычные абонентские номера по цене 100 руб. (скриншот прилагается), при этом другие операторы сотовой связи обычные абонентские номера предоставляют бесплатно.

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., содержит признаки нарушения пунктов 1, 20 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Из письменного объяснения, представленного ООО «Т2 Мобайл» вх. № 05-13/7243 от 11.09.2015 следует, что обращение гр. «...»(вх. № 05-13/5797 от 27.07.2015 г.) не соответствует действительности по следующим основаниям:

1. На сайте ООО «Т2 Мобайл» «chuvashia.shop.tele2.ru» предлагаются к

подключению обычные номера. Стоимость подключения составляет 100 руб., при этом стартовый баланс на SIM-карте, приобретаемой абонентом, также составляет 100 руб., которые расходуются на оплату услуг связи, таким образом, приобретение обычного номера для абонента происходит бесплатно, так как фактически клиент оплачивает только услуги связи.

Аналогичная услуга по подключению к услугам связи через Интернет есть у компании «Мегафон», но при этом компания реализует номер и тарифный план одновременно, приобретение только SIM-карты без тарифного плана не предусмотрено.

Иные операторы сотовой связи («Билайн», «МТС») через Интернет осуществляют только замену существующего номера либо выбор номера, при этом плата за услугу предусмотрена от 30 до 150 руб.

2.Реклама «Быть как все нам неинтересно. Мы дешевле. Честно. Новый мобильный оператор «TELE2» не содержит сравнения с конкретными юридическими лицами и ценовой политикой иных операторов сотовой связи.

Оператор сотовой связи «TELE2» предоставляет низкие цены на услуги связи, доказательством данного является величина среднего месячного счета абонента мобильных операторов по данным финансовых компаний (см. график «Средний счет за месяц (ARPU), руб.

Кроме того, низкие цены оператора сотовой связи «TELE2» подтверждаются проведенными исследованиями независимой компании MA FDFgroup (ООО «Агентство маркетинговых решений ФДФ»), исследованиями независимой компании MASMI (см. график «Восприятие как самого дешевого оператора»).

Из письменных пояснений ООО «Т2 Мобайл» вх. № 05-13/7243 от 11.09.2015 г. следует, что в слогане «Мы дешевле» отсутствуют некорректные сравнения с другими юридическими лицами, которые также оказывают услуги мобильной связи.

Кроме того, так как действующим законодательством о рекламе не закреплён перечень информации, обязательной для указания в рекламе услуг подвижной связи, сделан вывод, что не указание непосредственно в тексте рекламы всей информации об оказываемой услуге относительно указанного в рекламе конкретного параметра, являющегося объектом рекламирования, не вводит потребителя в заблуждение и не искажает смысл рекламной информации.

При этом пояснений, какие конкретно услуги связи «TELE2» (мобильная связь, смс-сообщения, скоростной Интернет) «дешевле», чем аналогичные услуги, оказываемые иными операторами сотовой связи, обществом не представлено.

В письменном объяснении, представленном ООО «Т2 Мобайл» вх. № 05-13/8407 от 21.10.2015, общество признаёт сравнительный характер рекламного слогана «Мы дешевле», при этом поясняет, что действующее законодательство запрещает сравнительную рекламу только когда:

- реклама содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами (услугами), которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;

- реклама сообщает о недостоверных свойствах товара (услуги).

Сравнительная реклама, обязательным условием которой является истинность приводимых сравнительных сведений о товаре (услуге), изготовителе (продавце), является допустимой и надлежащей.

ООО «Т2 Мобайл», являясь федеральным оператором связи, оказывает услуги связи на территории Чувашской Республики с августа 2015 г., наряду с операторами сотовой связи ПАО «ВымпелКом», ПАО «МегаФон», ПАО «МТС».

Каждый оператор сотовой связи предлагает потенциальным абонентам свои тарифные планы (тарифный план – совокупность ценовых условий, на которых оператор сотовой связи предлагает пользоваться различными услугами телефонной связи).

На территории Чувашской Республики ООО «Т2 Мобайл» предлагает потребителям следующие тарифные планы: «Оранжевый», «Черный», «Очень черный», «Сильно черный».

В рассматриваемой рекламе сравниваются тарифные планы, предлагаемые как ООО «Т2 Мобайл», так и др. операторами связи (критерий сравнения – стоимость).

По мнению ООО «Т2 Мобайл», рекламный слоган «Мы дешевле. Честно.» соответствует действительности, так как тарифные планы, предлагаемые обществом, дешевле, чем тарифные планы др. операторов сотовой связи, что подтверждается сравнительной таблицей тарифных планов (прилагаются к письменному пояснению ООО «Т2 Мобайл»).

Представитель ПАО «ВымпелКом» по содержанию рассматриваемой рекламы ООО «Т2 Мобайл» пояснил следующее.

По мнению общества, реклама «TELE2», содержащая утверждение «Мы дешевле», не сопровождается информацией с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Из смысла рекламы «TELE2» «Быть как все нам неинтересно. Мы дешевле. Честно. Новый мобильный оператор «TELE2» явно усматривается реклама мобильных услуг связи. При этом отсутствует существенная информация о рекламируемых услугах связи, а именно, какие тарифы для абонентов, подключившихся к оператору «TELE2» будут дешевле, чем тарифы других операторов.

В данном случае информация о конкретной услуге (тарифе) является существенной, так как может повлиять на намерение покупателя воспользоваться рекламируемым предложением и необходима ему для осуществления выбора оператора связи и тарифного плана.

Реклама «TELE2» не дает потребителям верного, соответствующего действительности представления об условиях пользования услугами связи данного оператора и вводит потенциальных абонентов в заблуждение относительно стоимости рекламируемых услуг.

Таким образом, содержание указанной информации на баннере сводится к тому, что конкурирующий товар, а именно услуги подвижной радиотелефонной связи, оказываемые иными операторами, дороже аналогичных услуг «TELE2». При этом подтверждения оказания более дешевых услуг связи по сравнению с другими операторами «TELE2» в рассматриваемой рекламе не приводит.

Размещенная информация о «дешевизне услуг» основана на собственной субъективной оценке и может привести к общему, вводящему в заблуждение ООО «Т2 Мобайл» негативному впечатлению в отношении услуг других операторов связи. Так, например, потребители, основываясь исключительно на размещенной информации, могут выбрать услуги «TELE2», только потому, что присутствует слово «дешевле».

На основании вышеизложенного, ПАО «ВымпелКом» считает, что действия «TELE2» нарушают требования, установленные рекламным законодательством в части распространения недостоверной информации 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. .

Кроме того, в пояснениях от 11.09.2015 г. ООО «Т2 Мобайл» указано, что низкие цены общества подтверждаются проведенными исследованиями независимой компании MA FDFgroup.

Однако, из приложенного к пояснению исследования не ясно, в каких регионах присутствия «Tele2» проведено указанное исследование. Учитывая, что рекламный баннер общество разместило в июле 2015 г., а услуги связи «TELE2» в Чувашской Республике оказывает только с 07 августа 2015 г., то данное исследование не охватывает Чувашскую Республику, следовательно, ссылка на данное исследование в рассматриваемом случае не обоснована.

В подтверждение представитель ПАО «ВымпелКом» представил в Комиссию тарифные планы общества «Все за 200» и «Добро пожаловать», из условий которых следует, что абонентская плата в соответствии с тарифным планом «Все за 200» составляет 200 руб. в месяц, в то время как абонентская плата в соответствии с тарифным планом «Самый черный» ООО «Т2 Мобайл» - 250 руб. в месяц; звонки на номера по всей России в соответствии с тарифным планом «Добро пожаловать» ПАО «ВымпелКом» стоят 2, 5 руб. за минуту разговора, в то время как звонки на номера по всей России в соответствии с тарифным планом «Оранжевый» «Tele2» - 11 руб. за минуту разговора (тарифные планы прилагаются к письменному пояснению ПАО «ВымпелКом»).

Представитель ПАО «МТС» по содержанию рассматриваемой рекламы ООО «Т2 Мобайл» пояснил следующее.

Наружная реклама следующего содержания: **«Быть как все нам неинтересно. Мы дешевле. Честно. Новый мобильный оператор «TELE2»»** не содержит информации о конкретных услугах связи, которые «дешевле»

аналогичных услуг других операторов подвижной связи. Фраза "**Мы дешевле**" не содержит отсылок на данные проводимых исследований, подтверждающих преимущество оператора сотовой связи «TELE2» перед другими операторами сотовой связи, то есть не может быть однозначно достоверной, однако может создать у потребителя необоснованное впечатление, что услуги, реализуемые ООО «Т2 Мобайл», действительно являются наиболее дешевым по стоимости (цене).

Стоимость стартовых комплектов при подключении на тарифные планы МТС идёт на пополнение лицевого счёта абонента и расходуется им на услуги связи в полном объёме. Простое сопоставление отдельных ценовых параметров тарифов «МТС» и «TELE2» не даст объективной картины. Очень многое зависит от профиля потребления абонента (см. Приложение 1 «Анализ профилей потребления услуг связи»). При описанных в Приложении 1 сценариях потребления услуги «TELE2» стоят дороже услуг «МТС» либо находятся в паритете с услугами «МТС», что опровергает рекламу «TELE2» и делает ее недостоверной.

Смысловая нагрузка спорной рекламы подразумевает сравнение «TELE2» с другими операторами подвижной связи Чувашской Республики. При этом реклама не содержит отсылок на сравнительные исследования стоимости услуг связи.

Ссылка представителя «TELE2» на исследование, проведенное независимой компанией MA FDFgroup (ООО «Агентство маркетинговых решений ФДФ») за 1 квартал 2015 г. не содержит достаточных данных, позволяющих оценить исследование объективно: нет указания на сайт, где расположено данное исследование, нет информации о том, когда и в каких регионах проводилось исследование. Рекламная акция с указанным содержанием ставит оператора сотовой связи «TELE2» в более выгодное положение в глазах потенциальных абонентов по сравнению с другими операторами сотовой связи.

Учитывая изложенное, ПАО «МТС» полагает, что в действиях ООО «Т2 Мобайл» имеется нарушение рекламного законодательства в части распространения недостоверной рекламы относительно стоимости услуг связи и создания имиджа для «TELE2» как «дешевого» оператора.

Представитель ПАО «МегаФон» по содержанию рассматриваемой рекламы ООО «Т2 Мобайл» пояснил следующее.

Рассматриваемая реклама, содержащая утверждение «Мы дешевле», представляет собой сравнение с конкурентами на рынке услуг, оказываемых рекламодателем, при этом не имеет значение то, что не указаны другие операторы связи, поскольку в ином случае наличие такого утверждения в тексте рекламы не имело бы никакого смысла.

При этом реклама «TELE2», содержащая утверждение «Мы дешевле», не сопровождается информацией с указанием конкретного критерия, а также информацией, подтверждающей данное утверждение.

Одним из критериев, влияющим на стоимость услуг, является их структура и потребности абонента.

Так, абонент, использующий тарифный план «Переходи на ноль» ПАО «МегаФон», по условиям которого стоимость вызова внутри сети «МегаФон» составляет 0 руб., в течение месяца звонил только абонентам «МегаФон».

По условиям тарифного плана «Оранжевый» ООО «Т2 Мобайл» стоимость звонка на все мобильные и городские номера Чувашской Республики составляет 0,6 руб.

Таким образом, стоимость услуг связи для пользователя тарифа «Оранжевый» при минимальном объеме использования услуг окажется дороже, чем для абонента, использующего тариф «Переходи на ноль» и звонившего только абонентам «МегаФон», что наглядно доказывает недостоверность утверждения «Мы дешевле» в рекламе ООО «Т2 Мобайл».

Комиссия, изучив представленные документы и материалы дела, заслушав представителей ООО «Т2 Мобайл», ПАО «ВымпелКом», ПАО «МТС» и ПАО «МегаФон», считает доводы ООО «Т2 Мобайл» несостоятельными по следующим основаниям.

Из письменного объяснения, представленного ООО «Т2 Мобайл» вх. № 05-13/7243 от 11.09.2015 следует, что, по мнению общества, реклама «Быть как все нам неинтересно. Мы дешевле. Честно. Новый мобильный оператор «TELE2» не содержит сравнения с конкретными юридическими лицами и ценовой политикой иных операторов сотовой связи.

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.**

При оценке рекламы следует предполагать наличие определенного набора знаний и опыта адресатов рекламы исходя из среднего уровня, характерного, как правило, 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, соответствует ли данная реклама требованиям рекламного законодательства.

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.

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», «Сильно 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 ни ООО «Т2 Мобайл», ни другими участниками дела в Комиссию не представлено.

Доказательств того, что ООО «Т2 Мобайл» на момент распространения рассматриваемой рекламы является самым «дешевым» оператором сотовой связи общество не представило.

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.

Комиссия, изучив представленные документы и проанализировав материалы дела, пришла к выводу о нарушении требований, определенных пунктами 1, 20 части 3 статьи 5, частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», допущенных оператором сотовой связи «TELE2» при распространении наружной рекламы в июле – августе т. г. по адресу: ул. К. Воробьевых, д.20, г. Чебоксары, 428000.

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

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Федерального закона «О рекламе» антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На момент рассмотрения дела представитель ООО «Т2 Мобайл» пояснил, что рассматриваемая наружная реклама демонтирована в августе 2015 г. в связи с истечением срока ее распространения, в связи с чем Комиссия Чувашского УФАС России не усматривает необходимости выдать обществу предписание о прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

Учитывая вышеизложенное и руководствуясь частью 2 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 ненадлежащим рекламный слоган «Мы дешевле», распространенный в июле – августе т. г. на наружной рекламной конструкции по адресу: ул. К. Воробьевых, д.20, г. Чебоксары, 428000, в связи с нарушением требований, определенных пунктом 1, пунктом 20 части 3 статьи 5, частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. ООО «Т2 Мобайл» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Чувашского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в суде или Арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения.

Председатель Комиссии

«...»

Члены Комиссии

«...»