

РЕШЕНИЕ

по делу № 06-10.1/75-2016

15 декабря 2016 года

город Омск

Комиссия Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии – <...>, временно исполняющий обязанности заместителя руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии: <...>,

рассмотрев дело № 06-10.1/75-2016 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения Обществом с ограниченной ответственностью «Омские кабельные сети» (далее – ООО «Омские кабельные сети», Общество) рекламы, содержащей признаки нарушения требований пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»),

в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, – ООО «Омские кабельные сети»- <...> (доверенность б/н от 17.05.2016),

в отсутствие директора ООО «Первое Маршрутное Телевидение – Омск» - <...> (ходатайство от 07.12.2016 исх. № 13),

в присутствии представителя ООО «РА Медиа – холдинг «СЛОВО» - <...> (доверенность б/н от 21.11.2016),

в отсутствие представителя ООО «Медиа – холдинг «СЛОВО», извещенного надлежащим образом,

в присутствии представителя ПАО «Ростелеком» - <...>, (доверенность № 0702/29/455-14 от 17.11.2014),

в присутствии представителя АО «ЭР-ТЕЛЕКОМ ХОЛДИНГ» - <...> (доверенность б/н от 29.07.2015),

в отсутствие представителя ЗАО «Зап-СибТранстелеком», извещенного надлежащим образом,

в отсутствие заявителя - <...>, извещенного надлежащим образом,

УСТАНОВИЛА:

В адрес Омского УФАС России поступило обращение <...> (вх. № 6774э от 06.09.2016) по факту распространения ООО «Омские кабельные сети» в городе Омске с использованием рекламных конструкций и бортов автотранспортных средств рекламной информации «Самый быстрый интернет».

При рассмотрении указанного обращения, 09.09.2016 Омским УФАС России был установлен факт распространения на рекламной конструкции № 119-15 (напротив здания № 11 по ул. 25 лет Октября в г. Омске) рекламы следующего содержания: «Омские

кабельные сети. Оператор нашего города. 66 00 00 САМЫЙ БЫСТРЫЙ ИНТЕРНЕТ* ТАРИФ «ОМСК 300» *По результатам исследования ООО «Медиа-холдинг «СЛОВО» от 15.02.2016. Акция «Омск 300» действует только для новых абонентов. В случае невнесения абонентом до первого числа каждого месяца абонентской платы по тарифному плану «Омск 300 Цифровой», абонент переводится на тарифный план «Флэш Цифровой 10». Срок действия акции до 30.04.2016. Лиц. Федеральной службы по надзору № 119077, 119079, 119076».

В соответствии с [пунктом 1 статьи 3](#) Федерального закона «О рекламе» реклама - это 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](#) упомянутой статьи объект рекламирования - 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.

[Пункт 3](#) указанной статьи содержит определение товара, согласно которому товар - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В силу части 1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с пунктом 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.**

Согласно пункту 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.**

Информация, распространенная ООО «Омские кабельные сети» на рекламной конструкции № 119-15 (напротив здания № 11 по ул. 25 лет Октября в г. Омске), обладает всеми признаками рекламы – распространена наружным способом, в адрес неопределенного круга лиц, и направлена на привлечение внимания к ООО «Омские кабельные сети», а также к оказываемым услугам, в том числе по предоставлению доступа к сети Интернет.

В вышеуказанной рекламе используется словосочетание «САМЫЙ БЫСТРЫЙ ИНТЕРНЕТ», что указывает на превосходство и преимущество оказываемой ООО «Омские кабельные сети» услуги (предоставление доступа к сети Интернет) над аналогичными услугами, предоставляемыми иными операторами связи.

Согласно пункту 3.2 «ГОСТ Р 55387-2012. Национальный стандарт Российской Федерации. Качество услуги «Доступ в Интернет». Показатели качества» (далее - ГОСТ Р 55387-2012) **интернет** - компьютерная сеть, представляющая собой глобальную систему соединенных компьютерных сетей, использующих стек протоколов TCP/IP для передачи/обмена данными.

В соответствии с пунктом 3.1 ГОСТ Р 55387-2012 услуга «Доступ в Интернет» - совокупность

действий оператора связи по подключению оконечного оборудования или локальной сети пользователя к сети оператора и обеспечению возможности доступа пользователю к ресурсам и услугам Интернет (web-службам, передаче файлов по протоколу FTP и др.).

Согласно пункту 3.7 «ГОСТ Р 53632-2009. Национальный стандарт Российской Федерации. Показатели качества услуг доступа в Интернет» (далее - ГОСТ Р 53632-2009) качество услуги связи - совокупность специфических показателей, определенных требованиями к показателям функционирования сети связи, которые характеризуют потребительские свойства услуги связи в терминах, понятных пользователю.

Показатель качества услуги - значение, полученное в результате расчетов из параметров качества услуг (пункт 3.12 ГОСТ Р 53632-2009).

Описание показателя качества услуги - однозначное определение свойства услуги, которое этот параметр или показатель характеризует (пункт 3.10 ГОСТ Р 53632-2009).

Параметр качества услуги - количественная оценка характеристики услуги, полученная в результате измерений и/или опросов пользователей, с помощью которой оценивается показатель качества услуг. (пункт 3.11 ГОСТ Р 53632-2009)

В соответствии с пунктом 4.2.1 ГОСТ Р 55387-2012 деятельность по оказанию услуги «Доступ в Интернет» включает следующие основные этапы:

- предварительный этап;
- **собственно оказание услуги;**
- расчеты за услугу;
- обслуживание обращений пользователей;
- техническую поддержку услуги.

Согласно пункту 4.2.3 ГОСТ Р 55387-2012 показатели качества услуги, характеризующие этап собственно оказания услуги в штатном режиме, оценивают следующие основные потребительские свойства этого этапа:

- функциональную надежность предоставления услуги;
- доступность соединения;
- **качество передачи пользовательской информации.**

В соответствии с пунктом 4.2.6 ГОСТ Р 55387-2012 показатели качества передачи пользовательской информации для услуги «Доступ в Интернет»:

- **«Достигнутая скорость передачи данных»;**
- «Коэффициент неуспешных передач»;
- «Задержка (время передачи в одну сторону»).

Согласно пункту 6.2.1. ГОСТ Р 53632-2009 скорость передачи определена как скорость передачи данных, которая была достигнута при передаче тестовых файлов между удаленным веб-сайтом и компьютером абонента/пользователя. Измеряется отдельно в обоих направлениях передачи данных.

Статистика должна содержать следующие данные (пункт 6.2.3.1. ГОСТ Р 53632-2009):

- максимальное значение достигнутой скорости передачи (кбит/с), которое получено для 95% вызовов;
- минимальное значение достигнутой скорости передачи (кбит/с), которое получено для 5% вызовов;
- среднее значение и стандартное отклонение минимальной и максимальной достигнутой скорости передачи (кбит/с).

Статистика должна быть получена на основании контрольных вызовов, сделанных на измерительной установке, с учетом требований репрезентативности (пункт 6.2.3.2 ГОСТ Р 53632-2009)

Скорость передачи вычисляется делением размера тестового файла на время передачи, которое требуется для полной и безошибочной передачи (пункт 6.2.3.4 ГОСТ Р 53632-2009).

Учитывая вышеизложенные положения ГОСТ Р 53632-2009 и ГОСТ Р 55387-2012, а также тот факт, что единицей измерения скорости передачи данных в сети «Интернет» является **бит в секунду** (минимальная единица измерения, чаще используется измерение скорости передачи данных в килобитах/секунду либо в мегабитах/секунды), **«скорость интернета» является технической характеристикой услуги «доступ в Интернет», которая измеряется исключительно с помощью специальных методов измерения (контрольных тестовых вызовов).**

Вместе с тем, на запрос Омского УФАС России от 27.09.2016 № 06-6654 ООО «Омские кабельные сети» были представлены пояснения от 19.10.2016 исх. № 1075 из которых следовало, что: «...Между Обществом с ограниченной ответственностью «Омские кабельные сети» и Обществом с ограниченной ответственностью «Медиа-холдинг «СЛОВО» заключен договор от 01.02.2016 на оказание информационных услуг. Согласно которому, ООО «ОКС» поручает Исполнителю обязательства по проведению исследования на тему «Лидер среди операторов связи на территории г. Омска по мнению омичей» с применением разработанной Исполнителем методики.

Согласно разработанной методики ООО «Медиа-холдинг «СЛОВО» изучения мнения населения по вопросу лидерства среди операторов связи на территории г. Омска проведено исследование, которое показало, что лидером признана компания «Омские кабельные сети», о чем свидетельствует заключение ООО «Медиа-холдинг «СЛОВО» от 15.02.2016.

Кроме того, между Обществом с ограниченной ответственностью «Рекламное Агентство Медиа-Холдинг «Слово» и Обществом с ограниченной ответственностью «Омские кабельные сети» заключен договор аренды рекламной конструкции от 01.01.2016.

Пунктом 1 договора аренды рекламной конструкции от 01.01.2016 предусмотрено, предоставить Обществу с ограниченной ответственностью «Омские кабельные сети» за плату **во временное владение и пользование два информационных поля рекламной конструкции (рекламного щита)** с характеристиками определенными в акте приема передачи (Приложение №1 к договору).

Также между Обществом с ограниченной ответственностью «Омские кабельные сети» и Обществом с ограниченной ответственностью «Первое Маршрутное Телевидение- Омск» заключен договор на возмездное оказание рекламных услуг от 02.11.2014 № 02/14.

Согласно п.1 договора предусмотрено, ООО «ОКС» поручает ООО «Первое Маршрутное Телевидение-Омск» **разместить рекламную информацию на бортах автобусов, рекламных**

конструкциях, видеоэкранах, смонтированных внутри транспортных средств и обязуется оплатить за оказанную услугу.

Оплата Обществом с ограниченной ответственностью «Омские кабельные сети» произведена в полном объеме, о чем свидетельствуют платежные поручения...».

Исходя из вышеуказанных пояснений Общества, положений договора аренды рекламной конструкции от 01.01.2016 и договора на возмездное оказание рекламных услуг от 02.11.2014, ООО «Омские кабельные сети» являются рекламодателем, т.е. изготовителем или продавцом товара либо иным определившим объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (пункт 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 2 статьи 5, пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

На основании вышеупомянутой информации, определением Омского УФАС России от 01 ноября 2016 года в отношении ООО «Омские кабельные сети» было возбуждено дело по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе № 06-10.1/75-2016 (далее – Определение от 01.11.2016).

Пунктами 4, 5, 6, 7 Определения от 01.11.2016 Управлением Федеральной антимонопольной службы по Омской области у ООО «Омские кабельные сети», ООО «Медиа – холдинг «СЛОВО», ООО «Первое Маршрутное Телевидение - Омск», ЗАО «ЗАП-СИБТРАНСТЕЛЕКОМ», АО «ЭР-ТЕЛЕКОМ ХОЛДИНГ», ПАО «Ростелеком» были запрошены письменные пояснения и копии документов, необходимых для полного и всестороннего рассмотрения дела № 06-10.1/75-2016.

В ответе от 23.11.2016 исх. № ОМС-01-07/1434 Филиалом АО «ЭР-ТЕЛЕКОМ ХОЛДИНГ» в городе Омске указано, что: «...Использование ООО «Омские кабельные сети» (далее - ОКС) утверждения **«Самый быстрый интернет»** создает впечатление превосходства услуг ОКС поскольку скорость предоставления доступа в сеть Интернет, предоставляемая данной компанией, является самой высокой по сравнению с другими операторами региона. В рекламе ОКС ссылаются на исследования ООО «Медиа-холдинг «СЛОВО» от 15.02.2016 года, но данное исследование официально опубликовано не было, т.е. его результаты не могут быть объективно проверены. В связи с чем, не предоставляется возможным определить:

- вопросы, которые задавались респондентам;
- количество участвующих респондентов;
- территорию проживания респондентов;
- достоверность, указанных сведений.

Рекламная информация **«САМЫЙ БЫСТРЫЙ ИНТЕРНЕТ»** преподносится в ракурсе, **принижая качественные и ценовые характеристики услуг иных операторов**, указывая потребителям рекламы на то, что в городе Омске только ОКС предоставляют быстрый доступ в сеть Интернет. Тем самым, снижается имидж услуг конкурентов.

Совместное использование в рекламе услуг ООО «Омские кабельные сети» укрупненного шрифта и такой сравнительной характеристики, как **«САМЫЙ БЫСТРЫЙ...»**, формирует у потребителей рекламы мнение, что услуги предоставления доступа в сеть Интернет бесспорно лучшие по показателям скорости предоставления доступа, чем услуги связи иного оператора связи. Данное обстоятельство при отсутствии фактического и

документального обоснования **может привести потребителей в заблуждение относительно качества оказываемых ОКС относительно у другого оператора, например, у АО «ЭР-Телеком Холдинг».**

Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления об услуге, его качестве, потребительских свойствах. Тем не менее, при сравнении тарифов ООО «Омские кабельные сети» и АО «ЭР-Телеком Холдинг» отмечаем, что **на определенных тарифах АО «ЭР - Телеком Холдинг» предоставляет своим Абонентам услугу по доступу в сеть Интернет со скоростью выше, чем в заявленных тарифных планах ООО «Омские кабельные сети».**

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными услугами, например, путем употребления слов «САМЫЙ БЫСТРЫЙ», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемой услуги перед находящимися в обороте услугами, предоставляемыми другими операторами связи (пункт 1 ч.3.ст. 5 Закона «О рекламе»)

Ссылка ОКС на исследования ООО «Медиа-холдинг «СЛОВО» о том, что у данного оператора связи самый быстрый Интернет не является обоснованной и достаточной для подтверждения возможности использования слов «**САМЫЙ БЫСТРЫЙ**», так как указанная информация отсутствует для ознакомления потребителям и другим операторам связи, оказывающим аналогичные услуги связи и не может быть проверена.

Сравнения с неограниченным количеством операторов связи являются не корректными и недостоверными, так как фактически никакие сравнения организаций по данным показателям не производились. Подобные сравнения являются недопустимыми в силу прямого указания законов «О рекламе», «О защите конкуренции».

В результате вышеуказанных действий поступает потенциальная возможность причинения убытков конкуренту в результате перераспределения спроса на рынке (недополученная прибыль в соответствии со статьей 15 ГК РФ).

В этой связи, полагаем, что указанная реклама несет в себе признаки ненадлежащей рекламы, поскольку является недобросовестной и недостоверной, так как содержит не корректные сравнения рекламируемой услуги с находящимися в обороте услугами, которые предоставляются другими операторами связи...».

В ответе от 22.11.2016 № 0702/05/7455-16 Омским филиалом ПАО «Ростелеком» пояснило: «...Как следует из Определения, имеет место быть факт распространения в г. Омске рекламы следующего содержания: «Омские кабельные сети. Оператор нашего города. 66 00 00 САМЫЙ БЫСТРЫЙ ИНТЕРНЕТ* ТАРИФ «ОМСК 300» *По результатам исследования ООО «Медиа-холдинг «СЛОВО» от 15.02.2016. Акция «Омск 300» действует только для новых абонентов. В случае невнесения абонентом до первого числа каждого месяца абонентской платы по тарифному плану «Омск 300 Цифровой», абонент переводится на тарифный план «Флэш Цифровой 10». Срок действия акции до 30.04.2016. Лиц. Федеральной службы по надзору № 119077, 119079, 119076».

Таким образом, из буквального толкования вышеуказанной рекламы следует, что тариф «Омск 300» оператора города Омска «Омские кабельные сети» предполагает

предоставление самого быстрого интернета по результатам исследования ООО «Медиа-холдинг «СЛОВО» от 15.02.2016....

...В соответствии с п. 22 Правил оказания телематических услуг связи, утв. Постановлением Правительства РФ № 575 от 10.09.2007, технический показатель полосы пропускания линии связи в сети передачи данных относится к существенным условиям оказания услуг связи по доступу в интернет.

Как обоснованно указано в Определении, скорость интернета является технической характеристикой услуги связи по передачи данных, которая может быть измерена с помощью специальных средств измерения.

Рекламодатель вышеуказанной рекламы не представил обоснованных и допустимых доказательств о величине технического показателя оказываемой интернет-услуги связи - скорости, **которая бы имела преимущества перед аналогичными техническими показателями аналогичных услуг других операторов связи в городе Омске.**

Считаю, что к обоснованным и допустимым доказательством не может быть отнесено указанное в Определении заключение от 15.02.2016 по результатам исследования ООО «Медиа-холдинг «СЛОВО» на тему «Лидер среди операторов связи на территории г. Омска», согласно которому ООО «Медиа-холдинг «СЛОВО» с применением разработанной им самим методики изучено мнение населения по вопросу лидерства среди операторов связи на территории г. Омска по следующей причине.

В исследовании отсутствуют ссылки на проведение специальных контрольных измерений скорости оказания услуг передачи данных ООО «Омские кабельные сети» и иных операторов г. Омска в идентичных условиях с последующими проведенными на основании данных измерений расчетов параметров качества услуг. Мнение населения либо иных субъектов в данном случае является оценочным суждением, не основанным на объективных данных.

В связи с чем, имеются основания утверждать о недобросовестности и недостоверности рекламы, о которой идет речь в Определении...».

Как указано в пункте 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения Арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» 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.

Соответственно реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

При рассмотрении дела № 06-10.1/75-2016, Комиссия Омского УФАС России пришла к следующим выводам:

1. Учитывая положения ГОСТ Р 53632-2009 и ГОСТ Р 55387-2012, а также тот факт, что

единицей измерения скорости передачи данных в сети «Интернет» является **бит в секунду** (минимальная единица измерения, чаще используется измерение скорости передачи данных в килобитах/секунду либо в мегабитах/секунды), «скорость интернета» является технической характеристикой услуги «доступ в Интернет», которая измеряется исключительно с помощью специальных методов измерения (контрольных тестовых вызовов).

По мнению Омского УФАС России, представленные пояснения ООО «Омские кабельные сети» от 19.10.2016 исх. № 1075, от 18.11.2016 исх. № 1190, представленные копия заключения ООО «Медиа-холдинг», копия Методики «Изучение мнения населения по вопросу лидерства среди операторов связи на территории г. Омска», не могут рассматриваться в качестве доказательств утверждения Общества о том, что их услуга по доступу к сети Интернет является *«Самым быстрым интернетом»*, так как в указанном исследовании отсутствует информация о проведении специальных контрольных измерений скорости оказания услуг передачи данных ООО «Омские кабельные сети» и иных операторов г. Омска в идентичных условиях с последующими проведенными на основании данных измерений расчетов параметров качества услуг.

Таким образом, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о том, что используемое ООО «Омские кабельные сети» в рассматриваемой рекламе утверждение *«Самым быстрым интернетом»*, является недостоверным, нарушающим требования пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Общее восприятие рекламной информации Общества, в которой одновременно используются словосочетания *«Самый быстрый интернет»* и *«Омские кабельные сети»* создает впечатление о том, что рекламируемая услуга Общества по доступу в интернет является лучшей по сравнению с аналогичной услугой, предоставляемой другими операторами связи в городе Омске.

При этом Комиссия Омского УФАС России отмечает, что реклама, которая имеет своей целью довести до потребителя сравнительную характеристику товара или услуги, должна иметь в себе объективные и достоверные сведения о данном товаре/услуге выгодно отличающие его/ее от других товаров/услуг, предлагаемых иными организациями. При этом рекламная информация должна быть изложена таким образом, чтобы потребитель был правильно проинформирован и имел возможность свободно и осознанно осуществлять свой выбор среди схожих на рынке товаров и услуг.

Когда потребитель не имеет объективной возможности оценить сравнительную характеристику объекта рекламирования, то данное обстоятельство способно вызвать у потребителя неверные представления о представленном объекте и привести к неправильному выбору товара/услуги с необходимым ему набором потребительских свойств и качеств, в том числе и непосредственно интернет-оператора, который в своей рекламе заявляет о том, что его услуги имеют преимущества по сравнению с аналогичными услугами других интернет-операторов.

Рассматриваемая в рамках дела № 06-10.1/75-2016 реклама Общества не содержит в себе информации о том, по каким именно критериям «Интернет», предлагаемый ООО «Омские кабельные сети», является *«Самым быстрым»* и почему интернет Общества отличается от аналогичного доступа к сети интернет, предоставляемого другими операторами.

Таким образом, данная реклама также не соответствует требованию пункта 1 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» в части добросовестности, что подтверждается письменными пояснениями, которые были представлены другими хозяйствующими субъектами, действующими на данном рынке услуг (Филиалом АО «ЭР-ТЕЛЕКОМ ХОЛДИНГ» в городе Омске от 23.11.2016 исх. № ОМС-01-07/1434, Омским

филиалом ПАО «Ростелеком» от 22.11.2016 № 0702/05/7455-16).

Учитывая изложенное, руководствуясь пунктом 2 части 1 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 рекламу «Омские кабельные сети. Оператор нашего города. 66 00 00 САМЫЙ БЫСТРЫЙ ИНТЕРНЕТ* ТАРИФ «ОМСК 300» *По результатам исследования ООО «Медиа-холдинг «СЛОВО» от 15.02.2016. Акция «Омск 300» действует только для новых абонентов. В случае невнесения абонентом до первого числа каждого месяца абонентской платы по тарифному плану «Омск 300 Цифровой», абонент переводится на тарифный план «Флэш Цифровой 10». Срок действия акции до 30.04.2016. Лиц. Федеральной службы по надзору № 119077, 119079, 119076, распространенную ООО «Омские кабельные сети» с использованием средств наружной рекламы и автотранспортных средств ненадлежащей, нарушающей требования пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. ООО «Омские кабельные сети» выдать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Омского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 15 декабря 2016 года.

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

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии: <...>

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

по делу № 06-10.1/75-2016

15 декабря 2016 года

город Омск

Комиссия Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии – <...>, временно исполняющий обязанности заместителя руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии: <...>.

на основании своего решения от 15.12.2016 по делу № 06-10.1/75-2016 о признании распространенной Обществом с ограниченной ответственностью «Омские кабельные сети» (далее – ООО «Омские кабельные сети», Общество) рекламы ненадлежащей, содержащей признаки нарушения требований пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, пунктом 3.59 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО «Омские кабельные сети» (ИНН 5504122776, юридический адрес: 644042, г. Омск, ул. пр-т К. Маркса, 36, оф. 18) в срок **до 26 декабря 2016 года** прекратить нарушение пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», а именно: прекратить распространение рекламы, в которой содержатся некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, а также не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

2. ООО «Омские кабельные сети» представить в Омское УФАС России доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в срок **до 28 декабря 2016 года**.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Омское УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии: <...>