

Результативная часть решения оглашена 18.09.2014г.

Решение в полном объеме изготовлено 02.10.2014 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

- <...> - председатель Комиссии, заместитель
руководителя управления;
- <...> - член Комиссии, начальник отдела контроля
финансовых рынков, рекламы и
недобросовестной конкуренции;
- <...> - член Комиссии специалист-эксперт отдела
контроля финансовых рынков, рекламы и
недобросовестной конкуренции;

рассмотрев материалы дела №835-ФАС52-07/14, возбужденного в отношении **Открытого акционерного общества «Мобильные ТелеСистемы» (юридический адрес: 109147, г.Москва, ул. Марксистская, д. 4)**, по обращению потребителя рекламы <...>., по признакам нарушения пункта 4 части 3, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», в присутствии представителя Общества по доверенности № 0210/12 от 06.11.2012 Шутова Н.Ю., заявителя – <...>.,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области 19.05.2014г. поступило обращение потребителя рекламы - <...>., по поводу рекламы нового тарифного плана «Супер МТС» оператора мобильной связи ОАО «Мобильные ТелеСистемы», распространенной в мае 2014 г. в городе Нижнем Новгороде по адресу: пр. Ленина у дома № 14 на рекламной конструкции в виде щита, размером 3*6 м., следующего содержания: *«Переводи семью на ноль! с 1-й*

секунды в сети МТС; без условий. 0 руб/мин.«Супер МТС».

Из обращения потребителя рекламы <...>. следует, что условия тарифного плана «Супер МТС» напечатаны мелким шрифтом, а часть существенной информации, по мнению заявителя, в том числе: о стоимости перехода на новый тарифный план «Супер МТС» в размере 150 рублей и цене минуты разговора после окончания бесплатных минут, в рекламе отсутствует.

Рекламодателем рекламного сообщений является ОАО «Мобильные ТелеСистемы».

Федеральная антимонопольная служба в письме от 10.07.2014 (исх.№АК/27701/14) наделила Нижегородское УФАС России полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации в отношении ОАО «Мобильные ТелеСистемы» по факту распространения на территории Российской Федерации наружной рекламы тарифного плана «Супер МТС», содержащей признаки нарушения законодательства о рекламе.

В связи с этим, Определением от 21.07.2014 г. в отношении ОАО
«Мобильные ТелеСистемы» возбуждено производство по делу
№835-ФАС52-07/14 по признакам нарушения пункта 4 части 3, части
7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Заслушав доводы заявителя и представителя ответчика, исследовав имеющиеся в деле доказательства, комиссия приходит к следующим выводам.

19.05.2014г. на рекламной конструкции в виде щита размером 3*6 м. расположенной в городе Нижнем Новгороде по адресу: пр. Ленина у дома № 14 распространялась реклама нового тарифного плана «Супер МТС» оператора мобильной связи ОАО «Мобильные ТелеСистемы», следующего содержания: *«Переводи семью на ноль! с 1-й секунды в сети МТС; без условий. 0 руб/мин.«Супер МТС».* (данная часть сообщения написана крупным шрифтом).

В нижней части сообщения мелким, трудным для восприятия шрифтом, содержится информация о существенных условиях рекламируемого тарифного плана:

«При подключении к тарифному плану «Супер МТС» с 14.04.2014г., и стоимость 0 руб./мин. действует на 20 минут исходящих вызовов в сутки на звонки в сети МТС из Нижегородской области на номера Нижегородской области».

Пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» определено, что 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара. Пунктом 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» определено, что товар это продукт деятельности (в том числе

работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Указанное сообщение является рекламой, так как ориентировано на неопределенный круг лиц и направлено на привлечение внимания к объекту рекламирования – оператору мобильной связи ОАО «Мобильные ТелеСистемы», формирование и поддержание интереса к нему, и продвижение его на рынке, товаром является – тарифный план «Супер МТС».

В соответствии с частью 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Пунктом 4 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» установлено, что недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

ОАО «Мобильные ТелеСистемы» письмом вх.№3981 от 12.08.2014г. представило Приложение №10 Параметры ИТ к приказу от 13.03.2014 №09/0085П (О запуске тарифного плана «Супер МТС», переименовании тарифного плана «Супер МТС»/ «Супер МТС.Районный» в «Супер МТС 082013»/ «Супер МТС.Районный 082013», закрытии его для подключения и перехода на территории Макро-регионов ОАО «МТС»).

Согласно пункту «Плата за минуту эфирного времени», вышеуказанного приложения к условиям перехода на тарифный план «Супер МТС», стоимость исходящих вызовов на мобильные телефоны абонентов МТС «домашнего» региона составляет 0,75р., при условии использования 20 минут бесплатных вызовов в сутки предоставляемых базовой опцией «Звонки бесплатно на МТС» тарифного плана «Супер МТС». Стоимость замены тарифного плана без замены абонентского номера составляет 150р.

Таким образом, существенным условием перехода или покупки стартового комплекта тарифного плана «Супер МТС» является его стоимость - 150р.

В связи с вышеизложенным, информация, указанная в рекламе тарифного плана «Супер МТС», об отсутствии условий при переходе на данный тариф «...без условий...» не соответствует действительности и противоречит пункту 4 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

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

В рекламном сообщении тарифного плана «Супер МТС» крупным шрифтом указана следующая информация: «Переводи семью на ноль! с 1-й секунды в сети МТС; без условий. **0 руб/мин.** «Супер МТС», остальная часть рекламного сообщения указана мелким, трудным для восприятия шрифтом «при подключении к тарифному плану «Супер МТС» с 14.04.2014г., и стоимость 0 руб./мин. действует на 20 минут исходящих

вызоров в сутки на звонки в сети МТС из Нижегородской области на номера Нижегородской области», хотя является существенной, необходимой потребителю для принятия осознанного решения.

Рекламное сообщение размещалось на рекламной конструкции, расположенной у проезжей части дороги на высоте около трех метров над землей. Размер букв, написанных мелким шрифтом, в несколько раз меньше шрифта, которым написан основной текст рекламы. Рекламная конструкция представляет собой билборд 3*6 м.

В связи с тем, что рекламное сообщение распространялось на рекламной конструкции, размещенной на объекте наружной рекламы, расположенной на большой высоте, а также вдоль автомобильной дороги, то информация о существенных условиях рекламируемого тарифного плана «Супер МТС», не могла быть прочитана большей частью потребителей.

Вместе с этим, возможность потенциальных потребителей услуг связи ознакомиться с существенными условиями рекламируемого тарифного плана «Супер МТС» по телефону и на официальном сайте оператора связи, на что указано в спорной рекламе, не заменяет обязанности по распространению существенных сведений, отсутствие которых способно ввести потребителей в заблуждение, относительно условий приобретения или использования рекламируемого продукта.

Поскольку по смыслу пункта 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама адресована неопределенному кругу лиц, в число потенциальных потребителей объекта рекламирования входят лица, не имеющие возможности ознакомления с информацией о кредите по телефону или на официальном сайте. Следовательно, указание телефона или официального сайта, не может освободить рекламодача от исполнения обязанности по соблюдению требований ФЗ «О рекламе» при размещении рекламы с использованием средств стабильного территориального размещения.

В связи с тем, что сведения о существенных условиях приобретения или использования тарифного плана «Супер МТС» (количество минут стоимостью 0 руб. и условия подключения к тарифному плану) указаны мелким шрифтом, в форме, трудной для восприятия, потребителем не воспринимаются условия тарифного плана «Супер МТС».

Поскольку распространенная ОАО «МТС» реклама направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой. При этом, для признания наличия такой информации в рекламе, она должна быть выполнена способом, позволяющим ее воспринимать потребителями, в том числе должна быть такого же шрифта, что и привлекательная для потребителя информация.

Написание сведений о существенных условиях «Супер МТС», в форме невозможной для восприятия потребителем, искажает смысл информации и не дает потребителю рекламы соответствующего действительности представления об условиях приобретения и использования тарифного плана.

Формальное присутствие в рекламе сведений о существенных условиях тарифного плана не позволяет потребителю воспринимать данные сведения, следовательно, не может быть расценено как их наличие. Таким образом, потребителем в рекламе тарифного плана «Супер МТС» воспринимается единственное условие о стоимости исходящих вызовов **«0 руб/мин с 1-й секунды в сети МТС, без условий»**.

Указанные обстоятельства вводят потенциальных клиентов в заблуждение, так как не позволяет им, руководствуясь текстом рекламы, обоснованно принять решение о необходимости приобретения товара на предложенных условиях оплаты либо об отказе от этого. Кроме того потребитель рекламы в своем заявлении, а так же в ходе рассмотрения дела подтвердил, что реклама тарифного плана «Супер МТС» ввела его в заблуждение.

Таким образом, реклама ОАО «МТС» противоречит требованиям части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В силу положений [части 6 статьи 38](#) Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность, за нарушение требований, установленных [частями 2 - 8 статьи 5](#) настоящего Федерального закона.

В соответствии с пунктом 6 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламное сообщение распространялось на основании Договора № 1226106 от 24.05.2012г. на размещение/демонстрацию, монтаж/демонтаж и техническому обслуживанию РИМ на рекламоносителях на территории РФ, и Заказа № РФ 05-2014 от 01.05.2014г. на размещение/демонстрацию, монтаж/демонтаж и техническому обслуживанию РИМ на рекламоносителях на территории РФ в период с 01.05.2014 по 31.05.2014г. заключенных между ОАО «МТС» и партнером ОАО «РА «Максима». Отсюда следует, что рекламодателем рекламного сообщения является ОАО «МТС».

Таким образом, рекламное сообщение ОАО «МТС», размещенное в период с 01.05.2014г. по 31.05.2014г. на рекламной конструкции в виде щита размером 3*6 м. по адресу: г. Нижний Новгород, пр. Ленина у дома № 14, противоречит требованиям пункта 4 части 3, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

В ходе рассмотрения дела представитель ОАО «МТС» не признал факт нарушения рекламного законодательства.

В связи с тем, что рекламное сообщение тарифного плана «Супер МТС» распространялось в период с 01.05.2014г. по 31.05.2014г. Комиссия Нижегородского УФАС России считает нецелесообразным выдавать ОАО «МТС» предписание об устранении выявленного нарушения.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», и в соответствии с пунктами 37 – 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17 августа 2006 года №

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу ОАО «МТС», распространяемую на рекламной конструкции в виде щита размером 3*6 м., размещенной по адресу: г. Нижний Новгород, пр. Ленина у дома № 14, поскольку в ней нарушены требования пункта 4 части 3, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены комиссии

<...>

<...>