

РЕШЕНИЕ

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «10» июля 2015 г.

В полном объеме решение изготовлено «__» июля 2015 г.

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 – И.С. Гудковой,

членов Комиссии – А.В. Дерманца, К.С. Сучковой,

рассмотрев дело № 3-5-104/77-15 в отношении ПАО «ВымпелКом» по факту распространения ПАО «ВымпелКом» рекламы планшета «Билайн Таб» «Борьба за планшет окончена» на телеканалах «ТНТ», «НТВ», «Первый Канал» в декабре 2014 г. следующего звукового содержания: «Борьба за планшет окончена! Планшет «Билайн Таб» всего за 1950 рублей, а также миллионы развлечений на Google Play. Билайн. Просто. Удобно. Для тебя! Вы не ослышались! Всего за 1950 рублей», сопровождающейся следующей визуальной информацией: «Акция проводится с 01.11.14 по 31.01.2015 в офисах продаж и обслуживания «Билайн» и партнеров на всей территории РФ, кроме Республики Крым и Севастополя. Для абонентов «Билайн» предоплатной системы расчетов.», «При подключении услуг связи в салонах «Билайн». Цена планшета с SIM-картой и опцией «Хайвей» на 3 месяца — 2850 руб. (с НДС). Цена планшета без подключения по акции — 2850 руб. (с НДС)», с признаками нарушения части 7 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38 ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе),

в присутствии представителя ПАО «ВымпелКом» в лице Астанина А.Н. (по доверенности № 00482/15-Д04 от 25.06.2015),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-104/77-15 возбуждено Московским УФАС России на основании

обращения физического лица по факту распространения ПАО «ВымпелКом» рекламы планшета «Билайн Таб» «Борьба за планшет окончена» на телеканалах «ТНТ», «НТВ», «Первый Канал» в декабре 2014 г. следующего звукового содержания: «Борьба за планшет окончена! Планшет «Билайн Таб» всего за 1950 рублей, а также миллионы развлечений на Google Play. Билайн. Просто. Удобно. Для тебя! Вы не ослышались! Всего за 1950 рублей», сопровождающейся следующей визуальной информацией: «Акция проводится с 01.11.14 по 31.01.2015 в офисах продаж и обслуживания «Билайн» и партнеров на всей территории РФ, кроме Республики Крым и Севастополя. Для абонентов «Билайн» предоплатной системы расчетов.», «При подключении услуг связи в салонах «Билайн». Цена планшета с SIM-картой и опцией «Хайвей» на 3 месяца — 2850 руб. (с НДС). Цена планшета без подключения по акции — 2850 руб. (с НДС)».

При распространении указанной рекламы усматриваются признаки нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

ПАО «ВымпелКом» (127083, г. Москва, ул. Восьмого Марта, 10, стр. 14) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц за основным государственным регистрационным номером 1027700166636 ИНН 7713076301, КПП 771301001.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является 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 статьи 3 Закона о рекламе, объектом рекламирования является 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.

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

Рассматриваемая реклама содержит изображение зарегистрированного товарного знака «Билайн», а также надпись «Просто. Удобно. Для тебя!».

Информация распространялась на телеканалах «ТНТ», «НТВ», «Первый Канал», а следовательно, была доступна для восприятия неопределенному кругу лиц.

При этом, 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. Та к о й п р и з н а к рекламной информации как предназначенность дл я неопределенного кр у г а лиц означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация отвечает всем законодательно установленным признакам рекламы, а именно: содержит объект рекламирования, распространялась неопределенному кругу лиц и, исходя из способа распространения и содержания, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, а следовательно является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.

Данный вывод ПАО «ВымпелКом» не оспаривается, а также подтверждается представленным в адрес Московского УФАС России договором с рекламодателем.

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.

Введение в заблуждение представляет собой умышленное создание об объекте рекламирования впечатления, которое на самом деле не соответствует его реальным качествам и характеристикам, условиям его приобретения или использования.

Отсутствие части существенной информации или неправильное ее изложение не позволяет правильно, адекватно воспринимать информацию, вводит в заблуждение и влияет на оценку и решение потребителей относительно товара.

Согласно пункту 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 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.

В рассматриваемом случае, информация следующего звукового содержания: «Борьба за планшет окончена! Планшет «Билайн Таб» всего за 1950 рублей, а также миллионы развлечений на Google Play. Билайн. Просто. Удобно. Для тебя! Вы не ослышались! Всего за 1950 рублей», также была выделена на экране крупным размером шрифта.

Информация об иных существенных условиях, а именно: «Акция проводится с 01.11.14 по 31.01.2015 в офисах продаж и обслуживания «Билайн» и партнеров на всей территории РФ, кроме Республики Крым и Севастополя. Для абонентов «Билайн» предоплатной системы расчетов.», «При подключении услуг связи в салонах «Билайн». Цена планшета с SIM-картой и опцией «Хайвей» на 3 месяца — 2850 руб. (с НДС). Цена планшета без подключения по акции — 2850 руб. (с НДС)», формально присутствующая в рекламе, представлена исключительно визуально, мелким, трудно читаемым шрифтом, существенно отличающемся по форме представления от более выгодной информации о стоимости товара (в силу звукового и графического выделения).

Реклама, в соответствии с Законом о рекламе, предназначена для распространения среди неопределенного круга лиц, в связи с чем, вся информация, включая обязательные к указанию сведения, должна быть доступна для потребителей при ознакомлении с рекламой без специальных усилий и применения специальных средств. Такая реклама, в соответствии со статьей 5 Закона о рекламе, должна быть добросовестной и достоверной и не вводит в заблуждение потребителей.

В рассматриваемом случае наименее привлекательная информация, формально присутствуя в рекламе, не может быть воспринята потребителями в силу мелкого шрифта и короткого времени отображения, а равно не доводится до потребителей надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получает существенную для него информацию и вводится в заблуждение относительно предлагаемого товара.

В данной рекламе существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, выделенная для восприятия указанным способом, но и информация, отсутствие которой способно обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламы. Такие сведения, формально присутствуя в рекламе планшета «Билайн Таб», фактически не могут быть восприняты потребителем, а равно не доводятся для неопределенного круга лиц надлежащим образом, в связи с чем потребитель не получает предусмотренную Законом о рекламе информацию и вводится в заблуждение относительно предлагаемой услуги.

Совокупность фактов, а именно: ограниченное время считывания информации для потребителей, фактический размер шрифта, которым написаны существенные оказания услуг, не позволяют потребителям указанной рекламы прочесть и воспринять иную существенную информацию, доведение которой до потребителей обязательно в соответствии с Законом о рекламе.

Таким образом, оценив совокупность фактических обстоятельств, Комиссия Московского УФАС приходит к выводу, что сведения, распространяемые мелким шрифтом, не доведены до потребителя рекламы. При этом, информация «Всего за 1950 рублей» сама по себе, без сопровождения доступными для восприятия потребителя иными условиями, создает ложные впечатления о стоимости товара, не донося существенные его условия.

Таким образом, при распространении рекламы планшета «Билайн Таб» выявлен факт нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, является ненадлежащей.

Таким образом, реклама планшета «Билайн Таб», содержащая признаки нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе, является ненадлежащей.

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

В результате анализа положений Договора «ВК-ЭМ-0711 от 01.01.2013, на основании которого спорная реклама была распространена. Комиссией Московского УФАС России установлено, что рекламодателем указанной рекламы является ПАО «ВымпелКом». Данный факт ПАО «ВымпелКом» не оспаривается.

Таким образом, установлено нарушение ПАО «ВымпелКом» части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Как следует из представленных документов, реклама планшета «Билайн Таб» распространялась в декабре 2014 года.

Таким образом, распространение рекламы в настоящее время не осуществляется.

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.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу об отсутствии необходимости выдачи ПАО «ВымпелКом» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации 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, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17 августа 2006 года № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать распространяемую ПАО «ВымпелКом» рекламу планшета «Билайн Таб» «Борьба за планшет окончена» на телеканалах «ТНТ», «НТВ», «Первый Канал» в декабре 2014 г. следующего звукового содержания: «Борьба за планшет окончена! Планшет «Билайн Таб» всего за 1950 рублей, а также миллионы развлечений на Google Play. Билайн. Просто. Удобно. Для тебя! Вы не ослышались! Всего за 1950 рублей», сопровождающейся следующей визуальной информацией: «Акция проводится с 01.11.14 по 31.01.2015 в офисах продаж и обслуживания «Билайн» и партнеров на всей территории РФ, кроме Республики Крым и Севастополя. Для абонентов «Билайн» предоплатной системы расчетов.», «При подключении услуг связи в салонах «Билайн». Цена планшета с SIM-картой и опцией «Хайвей» на 3 месяца — 2850 руб. (с НДС). Цена планшета без подключения по акции — 2850 руб. (с НДС)» ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5 Закона о рекламе.
2. Не выдавать ПАО «ВымпелКом» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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