

ООО «МедиаКом»

127051, г. Москва,
ул. Цветной бульвар, д. 2

ОАО «Мобильные ТелеСистемы»

109147, г. Москва,
ул. Марксистская, д. 4

Теле2 Россия Интернешнл Селлуар Б.В.
(Московское представительство в России)

125212, Ленинградское шоссе, д. 39А,
стр 1, б/у, Олимпия Парк

РЕШЕНИЕ

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «11» декабря 2013 г.
В полном объеме решение изготовлено « 27» января 2014 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 – (.....),
членов Комиссии – (.....), (.....), (.....),

рассмотрев материалы дела № 3-5-146/77-13 в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Теле2 Россия Интернешнл Селлуар Б.В.» (далее —

ООО «Теле2») по факту распространения в эфире телепрограмм на каналах «ГНТ» и «НТВ» в период с 06.03.2013 по 07.04.2013 рекламы тарифного плана «Так просто» в двух вариантах (продолжительностью 15 и 30 секунд) следующего звукового содержания: «Низкие цены не сломить. Тариф так просто. 9 копеек за звонки Теле 2 с умом дешевле», сопровождающейся следующей визуальной информацией: «...Указана стоимость минуты исходящих вызовов на телефоны всех операторов Краснодарского края и республики Адыгея. Для всех местных исходящих вызовов стоимость второй секунды увеличивается на 10 коп...Начиная с 31-1 минуты в сутки, стоимость минуты исходящего вызова на телефоны абонентов Tele 2 не изменяется, на телефоны других операторов составляет 0,49 руб. Тариф действителен на территории Краснодарского края и республики Адыгея...» с признаками нарушения пункта 4 части 3, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе),

в присутствии представителя ООО «Медиаком» - (.....) (по доверенности),

в присутствии представителя ООО «Теле2» — (.....)(по доверенности),

в присутствии заявителя ОАО «МТС» - (.....) (по доверенности),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-146/77-13 возбуждено Московским УФАС России на основании материалов дела № 105 Р/2013, поступившее из Управления Федеральной антимонопольной службы по Краснодарскому краю по факту распространения в эфире каналов «ГНТ» и «НТВ» в период с 06.03.2013 по 07.04.2013 рекламы тарифного плана «Так просто» в двух вариантах (продолжительностью 15 и 30 секунд) следующего звукового содержания: «Низкие цены не сломить. Тариф так просто. 9 копеек за звонки Теле 2 с умом дешевле», сопровождающейся следующей визуальной информацией: «...Указана стоимость минуты исходящих вызовов на телефоны всех операторов Краснодарского края и республики Адыгея. Для всех местных исходящих вызовов стоимость второй секунды увеличивается на 10 коп...Начиная с 31-1 минуты в сутки, стоимость минуты исходящего вызова на телефоны абонентов Tele 2 не изменяется, на телефоны других операторов составляет 0,49 руб. Тариф действителен на территории Краснодарского края и республики Адыгея...».

При распространении указанной рекламы усматриваются признаки нарушения пункта 4 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Комиссия Московского УФАС России, исследовав материалы дела, оценив доказательства, заслушав доводы представителей ООО «Теле 2», ОАО «МТС», ООО «Медиаком» установила следующее.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе — 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 Закона о рекламе объект рекламирования

— это 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.

В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе товар — это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно поступившему заявлению о признаках нарушения Закона о рекламе распространение в эфире каналов «ТНТ» и «НТВ» в период с 06.03.2013 по 07.04.2013 рассматриваемой рекламы тарифного плана «Так просто» в двух вариантах (продолжительностью 15 и 30 секунд) осуществлялось компанией ООО «Теле 2». Данный факт Ответчиком не оспаривается, подтверждается договором с рекламодателем.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России установлен факт распространения ООО «Теле 2» (юридический адрес: 125212, Ленинградское шоссе, д. 39А, стр. 1, б/у, Олимпия Парк), которая является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Сводный государственный реестр аккредитованных на территории Российской Федерации правительств иностранных компаний, разрешение Торгово-промышленной палаты Российской Федерации от 06.05.2013 № 786-13 (действительно до 20 июля 2016), в эфире каналов «ТНТ» и «НТВ» в период с 06.03.2013 по 07.04.2013 рекламы тарифного плана «Так просто» в двух вариантах (продолжительностью 15 и 30 секунд) следующего звукового содержания: «Низкие цены не сломить. Тариф так просто. 9 копеек за звонки Теле 2 с умом дешевле», сопровождающейся следующей визуальной информацией: «...Указана стоимость минуты исходящих вызовов на телефоны всех операторов Краснодарского края и республики Адыгея. Для всех местных исходящих вызовов стоимость второй секунды увеличивается на 10 коп...Начиная с 31-1 минуты в сутки, стоимость минуты исходящего вызова на телефоны абонентов Теле 2 не изменяется, на телефоны других операторов составляет 0,49 руб. Тариф действителен на территории Краснодарского края и республики Адыгея...».

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель — это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

На основании изложенного, Комиссией Московского УФАС России установлено, что рекламодателем указанной рекламы является ООО «Теле 2».

В соответствии с пунктом 4 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» распространение рекламы содержащей не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Федерального 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 вводится 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.

По мнению Московского УФАС России, информация следующего звукового содержания: «Низкие цены не сломить. Тариф так просто. 9 копеек за звонки Теле 2 с умом дешевле», была выделена для восприятия потребителем размером шрифта.

Информация об иных существенных условиях тарифного плана, а именно: «...Указана стоимость минуты исходящих вызовов на телефоны всех операторов Краснодарского края и республики Адыгея. Для всех местных исходящих вызовов стоимость второй секунды увеличивается на 10 коп... Начиная с 31-1 минуты в сутки, стоимость минуты исходящего вызова на телефоны абонентов Tele 2 не изменяется, на телефоны других операторов составляет 0,49 руб. Тариф действителен на территории Краснодарского края и республики Адыгея...», присутствующая в рекламе, представлена исключительно визуально, мелким, трудно читаемым шрифтом, существенно отличающемся по форме представления от более выгодной информации о привлекательном условии тарифа (в силу звукового 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.

Телевизионная реклама тарифа «Так просто», направлена на формирование у потребителей желания воспользоваться рекламируемой услуги — тарифным планом «Так просто». 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. Такая информация, формально присутствуя в рекламе, не может быть воспринята потребителями в силу мелкого шрифта и короткого времени отображения, а равно не доводится для неопределенного круга лиц надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получает предусмотренную Законом о рекламе информацию и вводится в заблуждение относительно предлагаемой услуги.

Совокупность изложенных фактов, а также особенности размещения такой рекламы, а именно: на телевидении 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.

Довод ООО «Теле 2» относительно отсутствия в законодательстве Российской Федерации о рекламе определенных требований к размеру шрифта, исходя из законодательного понятия рекламы и требований части 7 статьи 5 Закона о рекламе, не может быть принят Комиссией Московского УФАС России, так как вся информация в рекламе должна быть отражена таким образом, чтобы она могла быть прочитана и воспринята неопределенным кругом лиц — потребителями рекламы. В данной рекламе, рассчитанной на импульсивное восприятие содержащейся в ней информации, часть такой информации и условий является фактически не читаемой в

силу размеров и времени отображения. В тоже время привлекательная информация о товаре (услуге) воспринимается потребителем сравнительно легко.

Согласно пояснениям, представленным ООО «Теле 2» на заседание Комиссии Московского УФАС России, тарифный план «Так просто» с 24 апреля 2013 был изменен до 99 копеек, ролики старого тарифного плана транслировались до 16 апреля 2013г. Были предоставлены скриншоны веб-страницы Теле 2 Краснодарский край и Республики Адегеи от 20.08.2013, где дата изменения тарифного плана «Так просто» не подтверждена.

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 «9 копеек за звонки на Теле2» сама по себе, без сопровождения доступными для восприятия потребителя иными условиями, создает ложные впечатления о размере тарифов, не донося существенные его условия.

На основании изложенного, Комиссией Московского УФАС России при размещении указанной рекламы установлен факт нарушения, пункта 4 части 3, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» ненадлежащая реклама — это реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе.

Таким образом, реклама Тарифного плана «Так просто» в эфире каналов «ТНТ» и «НТВ» в период с 06.03.2013 по 07.04.2013 рекламы тарифного плана «Так просто» в двух вариантах (продолжительностью 15 и 30 секунд) следующего звукового содержания: «Низкие цены не сломить. Тариф так просто. 9 копеек за звонки Теле 2 с умом дешевле», сопровождающейся следующей визуальной информацией: «...Указана стоимость минуты исходящих вызовов на телефоны всех операторов Краснодарского края и республики Адыгея. Для всех местных исходящих вызовов стоимость второй секунды увеличивается на 10 коп...Начиная с 31-1 минуты в сутки, стоимость минуты исходящего вызова на телефоны абонентов Tele 2 не изменяется, на телефоны других операторов составляет 0,49 руб. Тариф действителен на территории Краснодарского края и республики Адыгея...» является ненадлежащей.

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 3 части 3, частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», несет рекламодатель.

Таким образом, установлено нарушение ООО «Теле 2» пункта 4 части 3, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

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, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17 августа 2006 года № 508,

РЕШИЛА:

1. Признать распространяемую ООО «Теле 2» рекламу в эфире каналов «ТНТ» и «НТВ» в период с 06.03.2013 по 07.04.2013 рекламы тарифного плана «Так просто»

в двух вариантах (продолжительностью 15 и 30 секунд) следующего звукового содержания: «Низкие цены не сломить. Тариф так просто. 9 копеек за звонки Теле 2 с умом дешевле», сопровождающейся следующей визуальной информацией: «...Указана стоимость минуты исходящих вызовов на телефоны всех операторов Краснодарского края и республики Адыгея. Для всех местных исходящих вызовов стоимость второй секунды увеличивается на 10 коп...Начиная с 31-1 минуты в сутки, стоимость минуты исходящего вызова на телефоны абонентов Теле 2 не изменяется, на телефоны других операторов составляет 0,49 руб. Тариф действителен на территории Краснодарского края и республики Адыгея...» ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пункта 4 части 3, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ООО «Теле 2» 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 изготовлено в полном объеме «13» января 2014 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии (.....)

Члены Комиссии /в отпуске, согласно приказу/ (.....)

(.....)

(.....)

Исполнитель: (.....). 8 (495) 784-75-05 (Доб. 154)