04-16/8033

От 06.12.2011

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении штрафа по делу № 49-АР-2011

об административном правонарушении

06 декабря 2011 г. г. Чебоксары

Зам. руководителя Чувашского УФАС России А.А. Гаврилов, рассмотрев протокол и материалы дела № 49-АР-2011 г. об административном правонарушении, возбужденного протоколом об административном правонарушении от 25.11.2011 г. в отношении **открытого акционерного общества «Вымпелком»** по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в связи с нарушением требований, установленных пунктом 4 части 3 статьи 5, частью 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», в присутствии представителя ОАО «ВымпелКом» - старшего юрисконсульта Чебоксарского филиала ОАО «ВымпелКом» Барановой Т.В. (доверенность б/н от 10.05.2011),

УСТАНОВИЛ:

осуществляя государственный контроль за соблюдением требований Федерального закона «О рекламе», и на основании заявления гр. Иванова В.В. от 06.09.2011 г. № 216, Чувашское УФАС России установило, что на территории г. Чебоксары распространяются листовки ОАО «ВымпелКом», в которых рекламируются тарифы на услуги сотовой связи «Монстр общения 2011» и «Мир Билайн 2010».

Из заявления гр. Иванова В.В. следует, что рекламные листовки, распространяемые ОАО «ВымпелКом» не содержат текстовую информацию о стоимости первой минуты разговора. Указанная информация представлена только в виде графика, что вводит в заблуждение потребителя относительно стоимости услуги, оказываемой ОАО «ВымпелКом» согласно рекламируемым тарифам.

Кроме того, при распространении рекламы тарифа на услуги сотовой связи «Монстр общения 2011» часть важной для потребителей информации представлена нечитаемым шрифтом.

В соответствии со статьей 5 Федерального закона «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с пунктом 4 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», недостоверной признается реклама, которая содержит е соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения 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.

При этом в рекламе существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

В случае если фактические условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, способной обмануть их ожидания, сформированные рекламой, представлены в рекламе мелким либо нераспознаваемом шрифтом, такая реклама может привести к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми услугами.

Размещение привлекательной для потребителя информации крупным шрифтом, а менее привлекательной информации – способом, затрудняющим ее восприятие, свидетельствует о недобросовестности такой рекламы.

По результатам изучения представленных гр. Ивановым В.В. листовок с рекламой тарифов на услуги сотовой связи «Монстр общения 2011» и «Мир Билайн 2010» установлено, что в данной рекламе привлекательная информация о стоимости исходящих вызовов размещена крупным и средним шрифтом и читается на значительном расстоянии.

Так, на одной стороне листовки с рекламой тарифа на услуги сотовой связи «Монстр общения 2011» сообщается:

«**15 коп./мин.**

на все мобильные и городские

Тариф «**Монстр общения 2011**».

На обратной стороне данной листовки средним шрифтом сообщается:

«**Звони, пиши и зависай в Интернете по суперценам!**

На все мобильные и городские Чувашии 15 коп./мин.

100 SMS и 100 MMS на все мобильные Чувашии на 1 руб./сутки

Безлимитный Интернет на телефоне за 3, 95 руб./сутки»

При этом в нижней части рекламной листовки «Монстр общения 2011» **мелким нечитаемым шрифтом** размещена следующая информация:

«Тариф для физических лиц – абонентов предоплатной системы расчетов «Билайн» Чувашии. Цены указаны с учетом НДС и действительны при нахождении в сети Чувашии.

1. Указана стоимость минуты со второй секунды разговора. Стоимость первой секунды разговора - 0,75 руб. Стоимость первой секунды списывается по факту соединения с инициатора звонка в случае продолжительности соединения 3 секунды и более.

2. Стоимость 0 рублей за 1 MMS действительна при подключении услуги «SMS и MMS нон-стоп» с 1-й по 100 MMS на все направления в день. Суммируются все отправленные абонентом MMS в сутки, после 00:00 часов местного времени накопление отправленных MMS начинается заново. Кол-во неизрасходованных MMS можно узнать по номеру 067407651. Стоимость одного сообщения с 101-й MMS в день или при отключенной опции составляет 3, 95 рублей. Стоимость 0 рублей за 1 SMS действительна при подключении услуги «SMS и MMS нон-стоп» с 1-й по 100 SMS на все направления в день (узнать кол-во неизрасходованных SMS можно по номеру 067407651). Суммируются все отправленные абонентом SMS в сутки, после 00:00 часов местного времени накопление отправленных SMS начинается заново. Стоимость одного сообщения с 101-й SMS в день или при отключенной опции составляет 0, 75 рублей. Услуга «SMS и MMS нон-стоп» действует только на тарифе «Монстр общения 2011», услуга «SMS и MMS нон-стоп» подключается автоматически бесплатно.

Услуга «Безлимитный Интернет на телефоне» для абонентов-физических лиц предоплатной системы расчетов, за исключением тарифных планов для USB-модема «Билайн». При подключении услуги вместе с другими акциями или услугами, использующими дополнительный GPRS-баланс, трафик, начисляемый по данным акциям и услугам, не расходуется. Если абонент получит или передаст данные по сумме, превышающие 15 Мбайт, то скорость передачи данных до конца суток (00:00 часов местного времени) будет снижена до 32 Кбит/сек. На следующие сутки условия предоставления скорости повторяются.

Цены указаны в рублях с учетом НДС. На правах рекламы. Все цены действительны на 12 мая 2011 г. Подробнее на www.beeline.ru.».

Сведения о том, что стоимость первой секунды разговора составляет 0,75 руб., представлены в виде графической информации, которая не дает потребителю возможности однозначно определить стоимость услуги по тарифу «Монстр общения 2011», а также мелким нечитаемым шрифтом нижней части рекламной листовки «Монстр общения 2011».

В рекламном буклете «Выгода в кармане» реклама тарифов на услуги сотовой связи «Монстр общения 2011» и «Мир Билайн 2010» размещена на 3, 4 страницах буклета. В данной рекламе привлекательная информация о стоимости исходящих вызовов в соответствии с указанными тарифами размещена средним шрифтом:

Выгодная цена звонков

на все мобильные и городские 15 коп./мин. (Тариф «Монстр общения 2011»)

на номера «Билайн» 1 коп./мин. (тариф «Мир Билайн 2010»).

При этом сведения о том, что стоимость первой секунды разговора для тарифов на услуги сотовой связи «Монстр общения 2011» и «Мир Билайн 2010» составляет 0,75 руб. представлены в виде графической информации, которая не дает

потребителю возможности однозначно определить стоимость услуги по указанным тарифам.

Формальное присутствие в рекламе существенных условий, напечатанных мелким, нечитаемым шрифтом, либо в неоднозначно понимаемой форме (график) не позволяет потребителю воспринимать данные сведения и не может рассматриваться как их наличие.

Таким образом, рекламные листовки тарифов «Монстр общения 2011» и «Мир Билайн 2010» ОАО «ВымпелКом» содержат нарушения пункта 4 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», поскольку в данной рекламе информация об условиях, определяющих фактическую стоимость услуг сотовой связи представлена не в полном объеме и размещена способом, затрудняющим ее восприятие, что приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться данными тарифами.

Часть 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» устанавливает ответственность рекламодателя за нарушение требований, определенных пунктом 4 части 3 статьи 5, частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

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

Рекламные листовки, представленные гр. Ивановым В.В. напечатаны согласно Договору об изготовлении рекламной продукции № 146 от 01.12.2008 г., заключенному между ОАО «Вымпел-Коммуникации» (Заказчик) и ООО «НН ПРЕСС» (Изготовитель).

Таким образом, содержание рекламы определялось ОАО «ВымпелКом» и в смысле пункта 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» ОАО «ВымпелКом» является рекламодателем.

Представитель Чебоксарского филиала ОАО «ВымпелКом» Баранова Т.В. не признала, что общество нарушило требования, определенные пунктом 4 части 3 статьи 5, частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Сообщила, что ОАО «ВымпелКом» разместило необходимую информацию о тарифных планах и надлежащим образом выполняет требования части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

По тарифному плану «Мир Билайн 2010» стоимость звонков на номера «Билайн» в пределах Чувашии указана в виде линейной диаграммы, согласно которой стоимость первой секунды разговора 75 коп., стоимость первой минуты разговора и все последующие минуты до 20-й минуты разговора по 1 копейке за минуту.

По тарифному плану «Монстр общения 2011» стоимость первой секунды разговора также указана в виде линейной диаграммы, согласно которой стоимость первой секунды разговора 75 коп., стоимость первой минуты разговора и все последующие минуты по 15 копеек за минуту.

Федеральный закон «О рекламе» не устанавливает требований о том, как должна

размещаться информация на рекламных листовках, а также законом не установлено требование к размеру шрифта, включая требования и правила о доступности формы, степени такой доступности, последовательности представления информации.

Рекламная листовка находится в свободном доступе, потребитель может приблизить ее к глазам на необходимое для прочтения расстояние, что позволяет прочитать листовку при любых условиях как вооруженным, так и невооруженным глазом, т.е. без использования дополнительных вспомогательных средств.

Распространение рекламы, не соответствующей требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, образует состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ, административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического, должностного или **юридического** лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

В соответствии с частью 2 статьи 2.1 КоАП РФ, юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых настоящим Кодексом или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Учитывая вышеизложенное, ОАО «ВымпелКом» виновно в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, поскольку именно данное юридическое лицо определило в таком виде содержание наружной рекламы и при этом не предприняло всех зависящих от общества мер по соблюдению требований, определенных пунктом 4 части 3 статьи 5, частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Административная ответственность за указанное правонарушение предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ в виде наложения административного штрафа на юридических лиц – от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

В соответствии со статьей 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания юридическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Надлежащая и достоверная реклама является неотъемлемой составляющей добросовестной конкуренции и защиты прав потребителей.

Информация об условиях, определяющих фактическую стоимость услуг сотовой связи, доводимая до заключения договора на оказание услуг сотовой связи с

абонентом, должна быть понятна лицам, не обладающим специальными знаниями в этой области, и доступна без применения средств информационно-коммуникационных технологий.

Установленные по делу обстоятельства свидетельствуют о пренебрежительном отношении рекламодателя к соблюдению данных норм рекламного законодательства.

Доказательства исключительности рассматриваемых случаев нарушений требований рекламного законодательства не представлены.

С учетом вышеизложенного в рассматриваемом случае исключается возможность применения положений статьи 2.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях о малозначительности совершенного административного правонарушения.

При назначении наказания ОАО «ВымпелКом» учитываются обстоятельства и характер совершенного правонарушения, имущественное и финансовое положение данного лица. Обстоятельства смягчающие и отягчающие административную ответственность отсутствуют.

Определяя степень ответственности юридического лица – ОАО «ВымпелКом», считаю возможным применить меру наказания в пределах низшей санкции, предусмотренной частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Руководствуясь статьей 23.48, частью 1 статьи 29.9, 29.10, 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе»,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать ОАО «ВымпелКом» виновным в нарушении части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Назначить ОАО «ВымпелКом» наказание в виде административного штрафа в размере 100 (сто тысяч) рублей.

Согласно части 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее тридцати дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.