

## Постановление

о назначении административного наказания  
по делу об административном правонарушении

**№1300-ФАС52-07/14**

10 декабря 2014 года

г. Нижний Новгород

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области <...>, рассмотрев материалы дела №1300-ФАС52-07/14 об административном правонарушении, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях, возбужденного в отношении **Открытого акционерного общества «Мобильные ТелеСистемы» (юридический адрес: 109147, г.Москва, ул. Марксистская, д. 4)**, в присутствии представителя общества по доверенности. №0211/12 от 06.11.2014г. Родькиной А.А.,

### УСТАНОВИЛ:

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 на рекламной конструкции в городе Нижнем Новгороде по адресу: пр. Ленина у дома № 14.

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.

02.10.2014г. Комиссия Нижегородского УФАС России по результатам рассмотрения дела №835-ФАС52-07/14 признала ненадлежащей рекламу, распространяемую ОАО «Мобильные ТелеСистемы», поскольку в ней нарушены требования пункта 4 части 3, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

26 ноября 2014 года уполномоченное должностное лицо Нижегородского УФАС России составило Протокол №1300-ФАС52-07/14 об административном правонарушении в отношении ОАО «Мобильные ТелеСистемы», ответственность за совершение которого предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

**Изучив материалы административного дела, должностное лицо, рассматривающее дело, 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 – 150 рублей.

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 вызовов 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 рекламодавца 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» рекламодавец несет ответственность, за нарушение требований, установленных [частями 2 - 8 статьи 5](#) настоящего Федерального закона.

В соответствии с пунктом 6 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодавец – 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, монтажу/демонтажу и техническому обслуживанию РИМ на рекламоносителях на территории РФ, и Заказа № РФ 05-2014 от 01.05.2014г. на размещение/демонстрацию, монтажу/демонтажу 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».

Факт нарушения ОАО «МТС» требований пункта 4 части 3, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» установлен решением № 835-ФАС52-07/14 от 02.10.2014 г. Комиссией Нижегородского УФАС России.

Нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе образует состав административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Согласно части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2-4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц – от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Таким образом, ОАО «МТС» совершило правонарушение, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Место совершения административного правонарушения город Нижний Новгород.

Время совершения административного правонарушения в период с 01.05.2014г. по 31.05.2014г.

На основании вышеизложенного, протокол об административном правонарушении составлен в отношении ОАО «МТС».

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 предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

ОАО «МТС» имело возможность для соблюдения требований законодательства

Российской Федерации о рекламе, однако Обществом не были приняты все зависящие от него меры.

В своем объяснении (вх.5856) от 26.11.2014г. общество указывает на то, что реклама нового тарифного плана «Супер МТС» является надлежащей, не искажает смысл рекламной информации и не вводит в заблуждение потребителей рекламы, поскольку ФЗ «О рекламе» не содержит императивных норм к перечню существенной информации, обязательной для указания услуг связи, в связи с чем в действиях ОАО «МТС» отсутствуют признаки нарушения рекламного законодательства.

Нижегородское УФАС России руководствуется тем, что отсутствие конкретного перечня существенной информации, обязательной для указания услуг связи в нормах Федерального [закона](#) «О рекламе» не свидетельствует о том, что отсутствие части существенной информации о рекламируемом товаре и об условиях его приобретения или использования допустимо в рекламе, поскольку, как следует из положений [статьи 5](#) Федерального закона "О рекламе", реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна вводить в заблуждение потребителей рекламы.

Кроме того, 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**», поскольку остальная информация указана мелким трудным для восприятия шрифтом.

Согласно п. 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного суда РФ от 8 октября 2012 г. N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», 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 ([часть 7 статьи 5](#) Закона о рекламе). При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

С учетом изложенного в случае, когда условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, отсутствие которых способно обмануть их ожидания, сформированные рекламой, формально присутствовали в рекламе, однако форма представления сведений такова, что данная информация не может быть воспринята потребителями, следует признавать, что данные сведения не были доведены для неопределенного круга лиц надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию и вводится в заблуждение относительно предлагаемой услуги.

В связи с указанными обстоятельствами, доводы ОАО «МТС», изложенные в письме от 26.11.2014г. (вход. №5856), об отсутствии события административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, должностное лицо считает необоснованными, а вину ОАО «МТС» в совершении административного правонарушения доказанной.

Проверяя соблюдение гарантий прав лица, в отношении которого осуществляется производство по делу об административном правонарушении, должностное лицо, рассматривающее дело, приходит к выводу о том, что протокол об административном правонарушении и иные документы составлены в соответствии с процессуальными требованиями Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Срок привлечения ОАО «МТС» к административной ответственности не истек, других обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении, также не установлено.

Отягчающих вину обстоятельств не выявлено, в связи с чем, должностное лицо считает возможным назначить минимальную сумму штрафных санкций, предусмотренную частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

На основании вышеизложенного, руководствуясь статьей 4.1, статьями 23.48, 26.11, 29.9-29.11 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

### **ПОСТАНОВИЛ:**

Признать Открытое акционерное общество «Мобильные ТелеСистемы» (ИНН 7740000076; КПП 997750001; ОГРН 1027700149124109147, г.Москва, ул. Марксистская, д. 4) виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за совершение которого установлена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, и назначить данному юридическому лицу административное наказание в виде штрафа в размере 100 000 (сто тысяч) рублей.

В 10-дневный срок после уплаты штрафа надлежит представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области копию платежного поручения, заверенного банком, с сопроводительным письмом о выполнении настоящего постановления.

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях штраф должен быть уплачен не позднее 60 дней со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу.

В соответствии с пунктом 3 части 1 и частью 3 статьи 30.1, частью 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях настоящее постановление может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в судебном порядке в течение десяти дней со дня вручения или получения копии постановления.

Предупредить о том, что в соответствии с частью 1 статьи 20.25 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях неуплата административного штрафа в срок, предусмотренный данным Кодексом, влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа.

Сумма административного штрафа должна быть перечислена по следующим реквизитам:

*Банк получателя – ГРКЦ ГУ Банка России по Нижегородской области;*

*БИК – 042202001; расчетный счет – 40101810400000010002;*

*Получатель – УФК по Нижегородской области (Управление Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области, л/с 04321510030);*

*Код налога – 16111626000016000140;*

*ИНН 5260041262;*

*КПП 526001001;*

*ОКАТО по месту регистрации в налоговой инспекции..*

Назначение платежа – денежное взыскание (штраф) за нарушение законодательства о рекламе, налагаемое федеральным органом государственной власти.

Сумма штрафов за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе и неисполнение предписаний антимонопольного органа зачисляются в бюджеты бюджетной системы Российской Федерации в следующем порядке:

1) в федеральный бюджет - 40 процентов;

2) в бюджет субъекта Российской Федерации, на территории которого зарегистрированы юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, допустившие нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, - 60 процентов.

**Заместитель**

**руководителя управления**

<...>