

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении штрафа по делу об административном правонарушении №27

11 марта 2015г.

г. Ставрополь

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Ставропольскому краю Золина Г.В.,

рассмотрев материалы административного дела №27, возбужденного 26.01.2015 Управлением Федеральной антимонопольной службы по Ставропольскому краю в отношении ОАО «Мобильные Телесистемы» по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (нарушение части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006г. №38–ФЗ «О рекламе»),

В присутствии представителя ОАО «Мобильные Телесистемы» по доверенности №19 от 19.12.2013г. <.....>;

УСТАНОВИЛ:

В адрес Ставропольского УФАС России поступили два заявления от граждан Российской Федерации по факту распространения оператором сотовой связи наружной рекламы тарифа МТС «Супер МТС», содержащей признаки нарушения рекламного законодательства.

При исследовании представленных заявителями материалов Ставропольским УФАС России были выявлены нарушения Федерального закона «О рекламе».

Ставропольским УФАС России установлено, что реклама тарифа МТС «Супер МТС» в декабре 2014г. распространялась на территории города Ставрополя по ул. Л. Толстова, а также на территории г. Ессентуки по ул. Никольской. В тексте данной рекламы приводится следующее:

«Оцените новое качество связи в Ставропольском крае! 0 руб/мин – безлимитно на МТС. 0,65 руб/мин – на другие сети. МТС. Супер МТС» внизу рекламного макета мелким, сложно читаемым шрифтом в виде сноски приводится «На тарифе «СуперМТС» с 04.12.2014 вкл. Бесплатные 1440 мин./сутки на моб.номера МТС Ставропольского края. Все цены действительны при нахождении в дом. регионе. Другие сети – сети моб. и фиксированной связи Ставропольского края, кроме ОАО «МТС». Подробнее на [www.mts.ru](http://www.mts.ru)».

Согласно текста заявлений следует, что тарификация на тарифе «Супер МТС» поминутная. Таким образом, в случае если за сутки совершено 100 исходящих вызовов, каждый из которых составляет 14 минут 24 секунды, что в сумме нам даёт 1440 минут. В случае при поминутной тарификации получается израсходовано на каждый вызов 15 минут, что в сумме уже даст 1500 минут. Следовательно, за сутки будет израсходовано на 60 минут больше, чем предоставляется в тарифе. Стоимость за перерасходованные минуты (на безлимитном тарифе) как в содержании самой наружной рекламы, так и содержании тарифного плана «Супер МТС», размещённого на официальном сайте ОАО «МТС» отсутствует. В содержании наружной рекламы также не указана стоимость перехода на

тарифный план «Супер МТС», условия предоставления опции к тарифу «Звони бесплатно на МТС 24 часа», в том числе информация о цене минуты разговора после отключения указанных выше опций.

Согласно тарифного плана «Супер МТС», размещённого на официальном сайте МТС, следует, что условиями перехода на данный тариф являются:

Стоимость перехода на данный тариф составляет 150 рублей (Плата за изменение тарифного плана не взимается в случае, если с момента предыдущего изменения тарифного плана прошло более 30 дней);

Поминутная тарификация;

Отсутствует информация о стоимости подключения опции «Звони бесплатно на МТС 24 часа»;

Стоимость звонка на мобильные МТС России составляют 3 руб. за минуту.

Спорная реклама размещается на специальных рекламных конструкциях (щиты наружной рекламы форматом 3\*6 м. кв., технические характеристики которых создают возможность продемонстрировать объект на значительном визуальном расстоянии. Таким образом, объект рекламирования доступен для потребителя на значительном визуальном расстоянии.

Следовательно, информация, доведённая до потребителя на щитах наружной рекламы форматом 3\*6м мелким, сложно читаемым для потребителя шрифтом, в виде сноски, становится недоступной.

Способ доведения необходимой в соответствии с рекламным законодательством информации в виде сноски мелким шрифтом, является ненадлежащим.

Данная реклама адресована неопределённому кругу лиц и направлена на привлечение внимания к конкурентно – выгодным условиям тарифного плана «Супер МТС». Таким образом для потребителя доступно только то, что написано крупным шрифтом, а именно:

«Оцените новое качество связи в Ставропольском крае! 0 руб/мин – безлимитно на МТС. 0,65 руб/мин – на другие сети. МТС. Супер МТС».

Остальная информация о существенных условиях тарифного плана «Супер МТС» указана мелким сложно читаемым шрифтом и является недоступной для потребителя либо вообще отсутствует в содержании наружной рекламы.

Следовательно, в содержании рекламы тарифного плана «Супер МТС» отсутствует информация о стоимости перехода на данный тариф, отсутствует информация о стоимости подключения опции «Звони бесплатно на МТС 24 часа», отсутствует информация о том, что стоимость звонка на мобильные МТС России без подключения опции «Звони бесплатно на МТС России 100» будет составлять 3 руб. за минуту, отсутствует информация о стоимости минуты после бесплатных 1440 минут.

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006г. №38–ФЗ «О рекламе» реклама - 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 частью 2 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе», объект рекламирования - товар, средство его индивидуализации, 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 силу пункта 5 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», рекламодаделец - это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «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.

Данная реклама адресована неопределённому кругу лиц и направлена на привлечение внимания к услугам оператора сотовой связи ОАО «Мобильные Телесистемы» (тарифный план «Супер МТС»).

Таким образом, выгодоприобретателем от размещения данной рекламы является ОАО «Мобильные Телесистемы», а следовательно и рекламодателем спорной рекламы является ОАО «Мобильные Телесистемы».

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

На основании части 6 статьи 38 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» за нарушение части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» ответственность несёт рекламодаделец.

В адрес Ставропольского УФАС России были представлены письменные пояснения ОАО «Мобильные Телесистемы», согласно которым следует:

В содержании рекламы тарифного плана «Супер МТС» отсутствует информация о стоимости перехода на данный тариф, однако данное обстоятельство не искажает информацию о рекламируемых услугах, так как ОАО «МТС» коммерческая организация и оказывает услуги за плату, таким образом в содержании данной рекламы отсутствует введение в заблуждение потребителей рекламы.

В содержании рекламы отсутствует информация о том, что стоимость звонка на мобильные сети МТС России без подключения опции «Звони бесплатно на МТС России 100» будет составлять 3 рубля за минуту, однако в данной рекламе вообще не указана стоимость исходящих вызовов на мобильные телефоны МТС России, в связи с чем отсутствует необходимость уточнения о стоимости с подключением вышеуказанной опции и без подключения. В содержании спорной рекламы указано «все цены действительны при нахождении в домашнем регионе...

Подробнее на [www.mts.ru](http://www.mts.ru)».

Отсутствие информации о стоимости минуты после бесплатных 1440 минут, не является нарушением рекламного законодательства, так как отсутствие данной информации фактически не вводит потребителя в заблуждение. Представляемые по тарифу бесплатные 1440 минут в сутки фактически и являются полными сутками, поэтому включённые в тариф бесплатные минуты представляют собой безлимит.

Таким образом в рекламе присутствует вся необходимая для потребителя информация, следовательно в действиях ОАО «МТС» отсутствуют признаки нарушения рекламного законодательства.

Должностное лицо Ставропольского УФАС России изучив представленные ОАО «МТС» доводы и документы приходит к следующему выводу.

Данная реклама размещается на специальных рекламных конструкциях (щиты наружной рекламы форматом 3\*6), технические характеристики которых создают возможность демонстрировать объект на значительном визуальном расстоянии.

Таким образом, объект рекламирования доступен для потребителя на значительном визуальном расстоянии.

Следовательно, информация, доведённая до потребителя на щитах наружной рекламы форматом 3\*6м мелким, сложно читаемым для потребителя шрифтом, в виде сноски, становится недоступной.

Общая площадь рекламного макета на бумажном носителе формата А4 составляет 410,38 кв. см., общая площадь информации о существенных условиях тарифного плана «Супер МТС» указанная мелким сложно читаемым шрифтом составляет 18 кв. см. Площадь обязательной в соответствии с рекламным законодательством информации составляет 4,3% от общей площади указанного рекламного макета.

Совокупность таких особенностей вышеуказанной рекламы, как: месторасположение вдоль дорог, ограниченное время считывания информации, размер шрифта, которым написаны информация о существенных условиях тарифного плана «Супер МТС» указанная мелким сложно читаемым шрифтом, делая доступным только основной текст: «Оцените новое качество связи в Ставропольском крае! 0 руб/мин – безлимитно на МТС. 0,65 руб/мин – на другие сети. МТС. Супер МТС».

В соответствии с частью 3 статьи 10 Гражданского кодекса РФ, в случаях, когда закон ставит защиту гражданских прав в зависимость от того, осуществлялись ли эти права разумно и добросовестно, разумность действий и добросовестность участников гражданских правоотношений предполагаются.

В соответствии с частью 11 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства РФ, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке РФ.

Следовательно, способ доведения необходимой в соответствии с рекламным законодательством информации в виде сноски мелким шрифтом, является

ненадлежащим.

Таким образом, при отсутствии у потребителя информации указанной мелким сложно читаемым шрифтом о том, что бесплатные минуты на данном тарифном плане предоставляются не «Безлимитно», а в объёме 1440 мин./сутки на моб. номера МТС и 0,65 руб./мин. на другие сети, а также, что все цены действительны при нахождении абонента в домашнем регионе, является существенной информацией о рекламируемой услуге. Отсутствие данной информации искажает смысл рекламируемой информации («Оцените новое качество связи в Ставропольском крае! 0 руб/мин – безлимитно на МТС. 0,65 руб/мин – на другие сети. МТС. Супер МТС») и вводит потребителя в заблуждение относительно реальной стоимости услуги.

В содержании наружной рекламы тарифного плана «Супер МТС» также отсутствует информация о стоимости перехода на данный тариф, что также является существенным условием её приобретения, что может сложить у потребителя искажённое представление о реальной стоимости данной услуги.

Отсутствие информации в содержании наружной рекламы тарифного плана «Супер МТС» о том, что стоимость звонка на мобильные МТС России без подключения опции «Звони бесплатно на МТС России 100» будет составлять 3 руб. за минуту также искажает представления потребителя о её реальной стоимости так как потребности потребителя в вызовах иных абонентов могут не ограничиваться территорией Ставропольского края, а следовательно отсутствие указанной информации в спорной рекламе вводит потребителя в заблуждение.

Отсутствие вышеуказанной информации, отражающей реальную стоимость услуги связи при переходе на тарифный план «Супер МТС», вводит потребителя данной услуги в заблуждение и как следствие в конечном результате наличие достоверной информации о стоимости предоставляемой услуги связи может повлиять на выбор абонента при выборе оператора сотовой связи.

Таким образом, ОАО «Мобильные Телесистемы», допущены нарушения части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006г. №38–ФЗ «О рекламе».

Следовательно, реклама ОАО «Мобильные Телесистемы», является ненадлежащей и нарушает требования части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38–ФЗ «О рекламе», что выразилось в отсутствии части существенной информации в содержании рекламы услуг оператора сотовой связи МТС тарифного плана «Супер МТС».

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях:

Нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 5 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, 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.

Согласно части 2 статьи 2.1 КоАП РФ юридическое лицо признаётся 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.

У ОАО «Мобильные Телесистемы» при определении содержания рекламы имелась возможность для соблюдения правил и норм действующего законодательства о рекламе, но обществом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению, что является основанием в соответствии со статьёй 2.1 КоАП РФ для признания ОАО «Мобильные Телесистемы» виновным в совершении административного правонарушения.

Должностное лицо установило в действиях ОАО «Мобильные Телесистемы» обстоятельство смягчающее административную ответственность: общество впервые привлекается к административной ответственности по статье 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях. Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, не установлено.

С учетом субъективной и объективной стороны совершенного правонарушения должностным лицом Ставропольского УФАС России было принято решение о назначении минимального административного штрафа, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

При этом было учтено, что квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях.

Совершенное Обществом административное правонарушение в виде нарушения законодательства о рекламе посягает на установленный нормативными правовыми актами порядок общественных отношений в сфере производства, размещения и распространения рекламы.

Правонарушение, допущенное Обществом, обладает повышенной опасностью и понятие «малозначительность» к нему неприменимо.

Руководствуясь частью 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006г. №38–ФЗ «О рекламе», статьями 2.1, 4.1, 4.2, 4.3, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

**ПОСТАНОВИЛ:**

Признать ОАО «Мобильные Телесистемы» нарушившим часть 7 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006г. №38–ФЗ «О рекламе».

Назначить ОАО «Мобильные Телесистемы» наказание в соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в виде административного штрафа в размере ста одной тысячи рублей (101 000 рублей).

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях штраф должен быть уплачен лицом,

привлеченным к административной ответственности, не позднее 60 дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или рассрочки, предусмотренных ст. 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Суммы штрафов, уплаченных за нарушения законодательства о рекламе, зачисляются по следующим реквизитам:

«Получатель» - УФК МФ РФ по СК (Ставропольское УФАС России), ИНН 2634003887, КПП 263501001, Отделение Ставрополь г. Ставрополь р/с 40101810300000010005, БИК 040702001, ОКТМО 07701000. Код доходов бюджета 161 1 16 26000 01 6000 140. Назначение платежа: штраф за нарушение законодательства о рекламе.

В случае отсутствия документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, по истечении шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу, должностное лицо, вынесшее постановление, примет решение о привлечении лица, не уплатившего административный штраф, к административной ответственности по статье 20.25 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях. В соответствии с частью 1 статьи 20.25 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях неуплата административного штрафа в срок, влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа либо административный арест на срок до пятнадцати суток.

В соответствии с пунктом 3 части 1 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в судебном порядке по месту рассмотрения дела, в течение 10 суток со дня вручения или получения копии постановления.