

внутри сети, руб. с НДС Стоимость звонка длительностью 1 мин	0,05	0,45	0,45	1,50	0,95	0,90	0,59	1,08
Исходящие звонки на другие сети, руб. с НДС Стоимость звонка длительностью 1 мин	0,95	0,45	1,45	1,50	0,95	1,95	0,59	1,08
Исходящие звонки на городские, руб. с НДС Стоимость звонка длительностью 1 мин	0,95	0,45	1,45	1,50	0,95	1,95	2,99	1,98
Исходящие SMS внутри сети	0,05	0,45	1,45	1,20	1,45	0,95	1,50	1,50
Остальные исходящие SMS	0,95	0,45	1,45	1,20	1,45	2,95	1,50	1,50

*стоимость звонка приведена с учетом платы за соединение.

Центры обслуживания в Вашем регионе:

г.Калуга, ул. Кирова, д.46

г.Обнинск, ул. Калужская, д.16

Телефон в Калуге: (4842) 788-887, с телефонов TELE2- 611

Использована официальная информация о тарифных планах, размещенная на сайтах операторов Калужской области на 7 апреля 2010.»

Известная информация признается рекламой в соответствии с частью 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»), согласно которому 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.

Согласно пункту 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» установлено, что рекламой является информация, распространяемая в любой форме, 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, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно с частью 1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

Согласно пункту 9 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Федеральный закон «О защите конкуренции») определяет добросовестную конкуренцию, как любые, направленные на приобретение имущества в предпринимательской деятельности, действия хозяйствующих

ъектов, которые противоречат положениям действующего законодательства, значаям делового оборота, требованиям добросовестности, разумности, заведливости и могут причинить или причинили убытки другим хозяйствующим объектам-конкурентам либо нанести ущерб их деловой репутации.

пункт 1 части 1 статьи 14 Федерального закона «О защите конкуренции» устанавливает, что не допускается недобросовестная конкуренция, связанная с распространением ложных, неточных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации.

Согласно решению комиссии Калужского УФАС России от 07.12.2010г. по делу №04/2010 действия ЗАО «Смоленская Сотовая Связь» на товарном рынке услуг сотовой связи стандарта GSM, выразившиеся в распространении искаженных сведений о тарифных планах ОАО «Мобильные ТелеСистемы» и ОАО «ВымпелКом», признаны нарушившими пункт 1 части 1 статьи 14 Федерального закона «О защите конкуренции», так как направлены на получение преимуществ в предпринимательской деятельности перед конкурентами и наносят ущерб их деловой репутации.

Сколько действия ЗАО «Смоленская Сотовая Связь» Комиссией Калужского УФАС России на основании пункта 1 части 1 статьи 14 Федерального закона «О защите конкуренции» признаны недобросовестной конкуренцией, следовательно, распространённые указанным обществом рекламные листовки с названием «Торим, у нас дешевле?» в соответствии с пунктом 4 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» являются недобросовестной рекламой. В соответствии с пунктом 20 «Правил оказания услуг подвижной связи», утвержденных Постановлением Правительства РФ №328 от 25.05.2005г. (далее – Правила оказания услуг подвижной связи) порядок, сроки и форма расчетов являются существенными условиями договора услуг подвижной связи. Правила оказания услуг подвижной связи устанавливают:

«Тарифный план» - совокупность ценовых условий, на которых оператор связи предлагает пользоваться одной либо несколькими услугами подвижной связи (пункт

33). Тарифы на услуги подвижной связи могут устанавливаться в виде тарифов (тарифных планов) на отдельные услуги подвижной связи или наборы услуг подвижной связи. Тарифным планом могут устанавливаться дифференцированные тарифы по времени суток, дням недели, выходным и нерабочим праздничным дням, а также по набору и объему оказываемых услуг подвижной связи (пункт 33); при формировании тарифных планов могут применяться следующие виды классификации:

абонентская, при которой размер платежа абонента за определенный (исчетный) период является величиной постоянной, не зависящей от объема фактически полученных услуг подвижной связи;

временная, при которой размер платежа абонента зависит от суммарной продолжительности инициированных абонентом соединений, предоставленных в течение расчетного периода;

за каждую оказанную услугу подвижной связи, при которой размер платежа выделяется фактически оказанными услугами подвижной связи.

При формировании тарифных планов допускается сочетание нескольких видов

ификации (пункт 34);

диница тарификации соединения по сети подвижной связи устанавливается оператором связи, но не может быть более 1 минуты (пункт 29);

ет продолжительности соединения ведется в соответствии с принятой оператором связи единицей тарификации (пункт 30);

ата за соединение по сети подвижной связи определяется исходя из его продолжительности, выраженной в количестве единиц тарификации соединения по сети подвижной связи (пункт 35).

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 вводятся в заблуждение потребители рекламы. Новой сравнительной характеристикой тарифных планов «Наши люди», «Нокаут» оператора TELE2 с тарифными планами «Много звонков+», «Длинные разговоры» оператора МТС и «Сладкая жизнь», «Мир Билайн» оператора Билайн, содержащихся в рекламных листовках с названием «Спорим, у нас дешевле?», является стоимость одной минуты разговора, которая в соответствии с представленными ОАО «Мобильные ТелеСистемы» и ОАО «ВымпелКом» сведениями соответствует стоимости первой минуты разговора по указанным тарифным планам. Между тем, исходя из содержания самой листовки, понять, о какой минуте разговора идет речь представляется возможным. Кроме того, в указанной листовке не отражена иная существенная информация о тарифных планах, влияющая на стоимость разговоров, а именно: акции, существующие в пределах тарифного плана, стоимость всех минут разговоров.

Отсутствие в содержании рассматриваемой рекламы информации о действии указанных тарифов только в первую минуту разговора, об акциях, существующих в пределах тарифного плана, о стоимости всех минут разговоров, вводит в заблуждение потребителей рекламы относительно реальной стоимости услуги связи и не позволяет правильно и адекватно воспринимать информацию, а также влияет на оценку и решение потребителей при выборе оператора связи, что нарушает часть 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно пункту 4 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» достоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

В соответствии с документами и информацией, представленными ОАО «Мобильные ТелеСистемы» и ОАО «ВымпелКом» в адрес Управления, следует, что стоимость звонка на другие сети в тарифном плане «Длинные разговоры» оператора МТС установлена для первой минуты разговора в размере 1,50 руб., для второй минуты составляет 1,25 руб., третьей минуты – 1,00 руб., с 4 по 10 минуты – 0,10 руб., в тарифном плане «Много звонков+» стоимость исходящих вызовов абонентам группы «два в одном» составляет 0,03 руб. (абонентская плата, плата за подключение к группе взимается), абонентам группы «Вместе лучше» - 0,07 руб. Стоимость исходящего звонка внутри сети оператора Билайн в тарифном плане «Мир Билайн» для первой минуты разговора составляет 0,90 руб., а со второй минуты разговора - 0,60 руб. за минуту эфирного времени, по тарифному плану «Сладкая жизнь» стоимость первой минуты разговора составляет 0,95 руб., со второй по пятую минуту разговора – 0

5., т.е. 4 минуты эфирного времени предоставляются абоненту бесплатно. рассматриваемой рекламе не содержится информации о стоимости следующих минут разговора, а имеется общая информация о стоимости звонка длительностью в одну минуту, что не позволяет сделать вывод о реальной стоимости исходящих звонков и преимуществах тарифных планов других операторов сотовой связи.

Эдовательно, информация о стоимости исходящих звонков на другие сети по тарифным планам «Длинные разговоры», «Много звонков+» оператора МТС и внутри сети оператора Билайн по тарифным планам «Мир Билайн» и «Сладкая жизнь», содержащаяся в рекламной листовке с названием «Спорим, у нас дешевле?», является недостоверной, что нарушает пункт 4 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Таким образом, установлено событие административного правонарушения, названного в нарушении пункта 4 части 2, пункта 4 части 3 и части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», ответственность за совершение которого предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований частей 2, 3 и 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

Исходя из договора №3 подряда на изготовление полиграфической продукции от 12.12.2009г., заключенного между ЗАО «Смоленская Сотовая Связь» Калужский филиал (далее – Заказчик) и ООО «Тверской печатный Двор» (далее – Подрядчик), Подрядчик обязуется на основании письменных Заказов Заказчика, выполнять работы по изготовлению, доставке полиграфической продукции, а Заказчик обязуется принимать и оплачивать выполненные работы в порядке и сроки, указанные указанным договором.

В соответствии с вышеуказанным договором №3 подряда на изготовление полиграфической продукции от 21.12.2009г., заказом №4 к указанному договору от 03.03.2010г., счетом на оплату №291 от 28.04.2010г., платежным поручением №5544 от 05.05.2010г., товарной накладной №308 от 28.04.2010г., счет-фактурой №308 от 28.04.2010г. в том согласования заказа №4, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ЗАО «Смоленская Сотовая Связь».

Согласно статье 2.4 КоАП РФ административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Исходя из листа согласования заказа №4 к договору №3 от 21.12.2009г. на изготовление полиграфической продукции ООО «Тверской Печатный Двор», следует, что макетом, согласовавшим макет рекламы «Спорим, у нас дешевле?», является должностное лицо Калужского филиала ЗАО «Смоленская Сотовая Связь» «...».

В соответствии с приказом №34-2009 от 01.04.2009г. «...» принята на должность Калужского филиала ЗАО «Смоленская Сотовая Связь» с 02.04.2009г.

Согласно приложению 1 к Трудовому договору №27 от 02.04.2009г., заключенному Калужским филиалом Закрытого акционерного общества «Смоленская Сотовая Связь» и «...», в должностные обязанности работника входят: осуществление ежедневного руководства Коммерческим отделом, организация эффективного построения дилерской сети компании и контроль ее деятельности, разработка и внедрение новых идей по продвижению продукции.

Таким образом, по факту события административного правонарушения

анавливается субъект административного правонарушения – должностное лицо Калужского филиала ЗАО «Смоленская Сотовая Связь» «...».

По факту распространения 7 августа 2010 г. в рамках празднования дня рождения Сухиничи Калужской области рекламных листовок, содержащих сравнительную таблицу тарифов TELE2 (ЗАО «Смоленская Сотовая Связь») и других операторов связи: Билайн (ООО «ВымпелКом»), МТС (ОАО «Мобильные ТелеСистемы») и Мегафон (ОАО «Мегафон-услуги сотовой связи, временем совершения административного правонарушения является 7 августа 2010 года, т.е. время распространения рекламных листовок в рамках празднования дня города Сухиничи Калужской области, а местом совершения административного правонарушения – территория города Сухиничи Калужской области место распространения рекламных листовок.

Таким образом, должностным лицом Калужского филиала ЗАО «Смоленская Сотовая Связь» «...» совершено административное правонарушение, выразившееся в нарушении требований пункта 4 части 2, пункта 4 части 3 и части 7 статьи 14.3 Кодекса административного правонарушения Российской Федерации, ответственность за совершение которого предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Должностное лицо Калужского филиала ЗАО «Смоленская Сотовая Связь» «...» не предприняло мер к устранению наступления вредных последствий своих действий, хотя должна и могла предвидеть, поэтому формой вины является неосторожность.

Учитывая характер административного правонарушения и обстоятельств дела, оснований для прекращения производства по делу по малозначительности не имеется.

Учитывая личность «...», форму вины, отсутствие обстоятельств, смягчающих административную ответственность, считаю необходимым наложить на «...» административный штраф в наименьшем размере в пределах санкции, установленной частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ за нарушение рекламодателем законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь частью 1 статьи 29.9, статьей 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

Привлечь «...» к административной ответственности за совершение административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ назначить наказание в виде административного штрафа в размере: 4000 (четыре тысячи) 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 тридцати дней со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу.

Реквизиты для уплаты штрафа:

Код бюджетной классификации 161 116 26000 01 0000 140

Получатель УФК по Калужской области (Калужское УФАС России)

ИНН 4026003620 КПП 402701001

ОКАТО 29401000000

Расчетный счет: 40101810500000010001

в ГРКЦ ГУ Банка России по Калужской области г. Калуга

БИК 042908001

Административный штраф за нарушение законодательства о рекламе по делу №0

1/2011.

Копию документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа...» надлежит направить в адрес Калужского УФАС России.

Согласно части 1 статьи 20.25 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, неуплата административного штрафа в срок, предусмотренный Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях, влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа либо административный арест на срок до пятнадцати суток.

Настоящее постановление может быть обжаловано в течении 10 суток со дня вынесения или получения его копии в порядке, установленном статьями 30.1- 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.