

РЕШЕНИЕ № 218-206р

«03» февраля 2009 г. г. Воронеж

(дата оглашения резолютивной части решения)

Комиссия Воронежского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: *председатель Комиссии: <...>, члены Комиссии: <...>*, рассмотрев дело № 218-206р по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения Открытым акционерным обществом «Вымпел-Коммуникации» (юридический адрес: 127083, г. Москва, ул. 8 Марта, д.10, стр. 14) (далее - ОАО «ВымпелКом») посредством рассылки SMS-сообщений информации об акции «Заплати — получи скидку» следующего содержания: «При единовременном платеже с 11 по 24.08 от 100-250р скидка на услуги связи — 5%; 250-1000р — 10%; 1000-1500р - 30%; более 1500р — 50% (максимальный размер скидки — 1000 руб). Начисление скидки: 25.08-08.09. Проверка начисления средств *108#. БиЛайн» с признаками нарушения требований части 7 статьи 5 и части 1 статьи 18 Федерального Закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (далее-ФЗ «О рекламе»), в отсутствие заявителя — <...> на рассмотрение дела не явилась, о времени и месте рассмотрения дела уведомена надлежащим образом (Копия определения об отложении рассмотрения дела от 26.01.2009 №218-206р получена лично <...>, 28.01.2009), в присутствии представителей: лица, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - ОАО «ВымпелКом» (127083, г. Москва, ул. 8 Марта, дом. 10 стр.14 ИНН 7713076301 ОГРН 771301001) — <...>, представитель по доверенности от 16.01.2009 № 60 установила:

В Управление федеральной антимонопольной службы по Воронежской области поступило заявление гражданки <...> от 30.09.2008 года (вх. № 01-10/38 от 30.09.2008 года) на действия ОАО «ВымпелКом».

Как следует из предоставленных заявителем материалов, в августе 2008 года ОАО «ВымпелКом» посредством рассылки SMS-сообщений была распространена информация об акции «Заплати — получи скидку» следующего содержания: «При единовременном платеже с 11 по 24.08 от 100-250р скидка на услуги связи — 5%; 250-1000р — 10%; 1000-1500р - 30%; более 1500р — 50% (максимальный размер скидки — 1000 руб). Начисление скидки: 25.08-08.09. Проверка начисления средств *108#. БиЛайн».

В частности, указанная информация была отправлена 05.08.2008 года на абонентский номер <...>, принадлежащий заявителю.

Факт распространения данной информации подтверждается Актом осмотра телефона (абонентский номер <...>) от 30.09.2008г., а также данными, представленными Воронежским филиалом ОАО «ВымпелКом».

Заявитель выполнил условия участия в акции, заявленные в рассматриваемом сообщении.

Заявителем представлены доказательства того, что ОАО «ВымпелКом» первоначально отказало <...> в начислении заявленной скидки (Претензия от 09.09.2008, Детализация данных по номеру абонента от 09.09.2008), что подтверждается также данными, полученными от ОАО «ВымпелКом» (письмо от 29.10.2008 №00314/08-ЦЦР-ВРН).

В последующем, скидка в размере 8,75 рублей была зачислена на абонентский счет заявителя, но при расчете суммы ОАО «ВымпелКом» учитывало только стоимость местных звонков (исх. № 823029007 от 12.09.2008).

При этом, в рассматриваемом сообщении не было указано, что скидка не распространяется на междугородние и международные звонки, звонки в роуминге (внутрисетевой, международный), CPA контент (заказы по коммерческим коротким и голосовым SMS-номерам).

Согласно данным из ЕГРЮЛ, место нахождения ОАО «ВымпелКом», рекламораспространителя рассматриваемой рекламы: 127083, г. Москва, ул. 8 Марта, дом 10, стр.14, ИНН 7713076301, ОГРН 1027700166636.

В соответствии с пунктом 3 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, дела по фактам распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбуждаются и рассматриваются территориальным органом Федеральной антимонопольной службы по месту нахождения (месту жительства) лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с пунктом 5 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в случае если до возбуждения дела или в ходе его рассмотрения будет установлено, что реклама, содержащая признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, распространяется на территории, подведомственной двум и более территориальным органам Федеральной антимонопольной службы, выявивший такое нарушение территориальный орган Федеральной антимонопольной службы передает материалы, свидетельствующие о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе, или дело в территориальный орган Федеральной антимонопольной службы по месту нахождения (месту жительства) лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, либо ходатайствует перед Федеральной антимонопольной службой о наделении его полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела.

В связи с этим, Воронежское УФАС России ходатайствовало перед Федеральной антимонопольной службой России о наделении его полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела по признакам нарушения Открытым акционерным обществом «Вымпел-Коммуникации» (127083, г.Москва, ул.8 Марта, дом 10, стр.14, ИНН 7713076301, ОГРН 1027700166636) законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении в августе 2008 года рекламы об акции «Заплати — получи скидку», распространенной среди абонентов ОАО «ВымпелКом» посредством рассылки SMS-сообщений (письмо от 12.11.2008г. № 03-16/2444).

23.12.2008г. в Воронежское УФАС России из ФАС России поступило письмо о наделении полномочиями на возбуждение и

рассмотрения дела по факту распространения в г. Воронеже рекламы услуг связи ОАО «ВымпелКом» (письмо от 16.12.2008г. исх. № АК/33905).

Определением от 26.12.2008г. №218-206р было возбуждено дело по признакам нарушения законодательства о рекламе.

По ходатайству ОАО «ВымпелКом» от 19.01.2009 рассмотрение дела отлагалось в связи с необходимостью получения дополнительных доказательств до 26.01.2009 (Определение об отложении рассмотрения дела №218-206р от 19.01.2009).

В связи с необходимостью всестороннего, полного, объективного выяснения всех обстоятельств, рассмотрение дела отлагалось до 03.02.2009 (Определение об отложении рассмотрения дела №218-206р от 26.01.2009).

Учитывая, что в срок, установленный абзацем 1 пункта 27 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, получение указанных доказательств невозможно, срок рассмотрения дела продлился до 26.02.2009 (Определение о продлении срока рассмотрения дела №218-206р от 26.01.2009).

В ходе рассмотрения дела 19.01.2009 заявитель уточнил требования, изложенные в заявлении. Заявитель по факту распространения информации сообщил, что 05.08.2008 года на ее абонентский номер поступили рекламные сообщения от оператора сотовой связи ОАО «ВымпелКом», в которых содержалась рекламная информация с предложением внести определенную сумму предоплаты, в зависимости от размеров суммы, предлагались соответствующие скидки, которые должны быть начислены на ее абонентский номер <...> После получения указанного SMS-сообщения она внесла <...> рублей, однако по состоянию на 09.09.2008 года обещанная в рекламе сумма скидки не была начислена. После неоднократных звонков в абонентскую службу, она обратилась с претензией в ОАО «ВымпелКом» по данному факту. На данную претензию 09.09.2008 года на ее абонентский номер поступили два SMS-сообщения, об отказе в начислении скидки, в связи с тем, что она находилась вне зоны действия рекламной акции. Хотя на момент проведения акции она находилась в г. Воронеж и ни куда не уезжала. Информацию о том, что скидка начисляется на фактически произведенные затраты по звонкам Оператор не делал, и не делал, соответственно, пояснил, что скидки действуют только на местные звонки. Позже она получила письменный ответ о том, что ей начислена скидка в размере 8 рублей 75 копеек. В связи с этим Заявитель считает данную рекламу ОАО «ВымпелКом» недостоверной, поскольку последняя содержит несоответствующие действительности сведения о порядке и размере предоставления скидок на услуги сотовой связи, тем самым нарушает законодательство о рекламе.

На заседании Комиссии представитель ОАО «ВымпелКом» не отрицал фактов рассылки SMS-сообщений абонентам ОАО «ВымпелКом». Также представитель ОАО «ВымпелКом» представил Комиссии письменные объяснения по признакам нарушения законодательства о рекламе, и приложил к указанным объяснениям дополнительные материалы (письмо от 19.01.2009 б/н). Представитель ОАО «ВымпелКом» сообщил, что кампания ОАО «ВымпелКом» «Заплати — получи скидку» проводилась на основании Распоряжения Генерального директора ОАО «ВымпелКом» <...> № 947/08Р от 31.07.2008 г. «Об утверждении списка компаний для запуска в августе 2008 г. в рамках проекта «Целевой Маркетинг». В рамках этой маркетинговой акции абонентам ОАО «ВымпелКом» предлагалось в течении двух недель воспользоваться скидкой на услуги связи (звонки, SMS (короткие текстовые сообщения), MMS (мультимедийные сообщения), GPRS (выход в Интернет)). Размер предоставляемой абоненту скидки определялся самым большим платежом по пополнению электронного счета абонента-участника акции, совершенным в период действия предложения (платежи не суммировались, учитывался только один самый большой платеж за этот период). Абоненты ОАО «ВымпелКом», являющиеся целевой аудиторией этой компании, были проинформированы об условиях получения скидки на услуги связи посредством SMS-рассылки. В соответствии со статьей 10 Закона Российской Федерации от 07.02.1992г. №2300-1 «О защите прав потребителей», пунктом 3 статьи 46 Федерального закона от 07.07.2003 №126-ФЗ «О связи», п.п 10-13 правил оказания услуг подвижной связи, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 25.05.2005 №328, оператор связи обязан создать круглосуточную систему информационного-справочного обслуживания в целях предоставления абонентам информации, связанной с оказанием услуг подвижной связи. Для предоставления информации в Компании круглосуточно работает Центр поддержки клиентов (бесплатный справочный номер <...>), используя который, абонент может в любое время получить необходимую информацию об оказываемых услугах связи.

Не отрицая факта рассылки SMS-сообщений своим абонентам, в том числе <...>, ОАО «ВымпелКом», считает что рассматриваемые SMS-сообщения не могут быть признаны рекламой, поскольку не подпадают под понятие рекламы, определенной в статье 3 ФЗ «О рекламе». Такую позицию ОАО «ВымпелКом» представитель Общества обосновал следующим образом. Пунктом 3.2.1 и пунктом 3.2.3 Договора об оказании услуг связи «Билайн» установлено, что при оказании Услуг связи Оператор вправе вносить изменения в условия Договора направлением Абоненту соответствующих предложений, в том числе, путем SMS-сообщений, а также изменять тарифы и условия оплаты услуг связи. Информация об изменении стоимости услуг может быть доведена до Абонента SMS-сообщениями. Таким образом, Договором об оказании услуг связи «Билайн» допускается направление Оператором Абоненту коротких текстовых сообщений (SMS) в целях предоставления информации, связанной с оказанием услуг подвижной связи. ОАО «ВымпелКом» считает, что данное SMS-сообщение с кратким описанием условий кампании «Заплати — получи скидку» является информированием абонента о стоимости услуг в сети. Скидка представляет собой условие об определении размера платы за услуги. Гражданка <...> при заключении договора на оказание услуг связи в письменной форме выразила свое согласие на возможность получения информации об изменении стоимости услуг связи путем направления ей SMS-сообщения.

Кроме того, устное согласие на участие в акции «Заплати — получи скидку» гражданка <...>, выразила 05.08.2008 в 15 часов 41 минут в телефонном разговоре со специалистом группы поддержки специальных программ № 2 Отдела поддержки специальных программ Центра поддержки клиентов Центрального региона-Тверь <...> (выгрузка телефонных номеров абонентов Воронежского филиала ОАО «ВымпелКом» письмо от 29.10.2008 №00314/08-ИЦР-ВРН). Информация о том, что по условиям акции скидка не распространяется на междугородние и международные звонки, звонки в роуминге (внутрисетевой, международный), CPA контент (заказы по коммерческим коротким и голосовым SMS-номерам), также была доведена до сведения <...> в ходе телефонного разговора.

Проведение данной акции в отношении заранее определенного круга лиц является информированием абонентов о дополнительных льготах, не рекламирует какой-либо товар/услугу. Формирование целевой аудитории кампании «Заплати — получи скидку» производилось ОАО «ВымпелКом» среди его абонентов по определенным параметрам. А именно данная акция проводилась для абонентов-физических лиц всех регионов ОАО «ВымпелКом» с предоплатой системой расчетов, средним

размером счета за оказанные услуги связи от 10 до 300 долларов США за два последних месяца, предшествующих проведению этой кампании, и являющихся при этом абонентами ОАО «ВымпелКом» не менее 3 месяцев. Круг лиц, получивших в период проведения ОАО «ВымпелКом» кампании «Заплати — получи скидку» предложение принять участие в этой акции, был заранее определен Оператором связи. Отправка SMS-сообщений без указания адресата получения информации невозможна.

Также отсутствие в SMS-сообщении информации о том, что по условиям кампании скидка не распространяется на междугородние и международные звонки, звонки в роуминге, CPA контент, не является нарушением части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе», так как особенности начисления скидки по условиям акции никаких дополнительных финансовых обязательств на абонентов не накладывают. Отсутствие этой информации в SMS-сообщении не искажает смысла этого сообщения и не вводит абонентов — получателей данного информационного сообщения в заблуждение относительно действительного размера затрат, поскольку каких-либо затрат при получении скидки не несет.

Представитель ОАО «ВымпелКом» <...>, факт нарушения ОАО «ВымпелКом» требований части 7 статьи 5 и части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе» ОАО «ВымпелКом» не признает, производство по делу просит прекратить по причине неподтверждения в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Рассмотрев материалы дела, заслушав доводы сторон, Комиссия пришла к выводу о наличии в действиях ОАО «ВымпелКом» нарушения законодательства о рекламе на основании следующего.

Согласно статье 3 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 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.

Исходя из определения, данного в статье 3 ФЗ «О рекламе», текст SMS -сообщения, полученного заявителем и другими абонентами от ОАО «ВымпелКом», отвечает признакам рекламной информации как по смысловому, целевому назначению, так и по способу распространения. ОАО «ВымпелКом» посредством рассылки SMS-сообщений распространяло информацию о предоставляемых Обществом услугах связи со скидкой (объект рекламирования), тем самым привлекая, формируя и поддерживая интерес к ним среди получателей SMS-сообщений. Довод ОАО «ВымпелКом» о том, что рассматриваемые SMS-сообщения, отправленные, в том числе, и заявителю, не отвечали критерию распространения информации неопределенному кругу лиц, подлежит отклонению. Такой признак рекламной информации, как предназначенность для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о неком лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых направлена (письмо ФАС № АЦ/4624). В рассматриваемом SMS-сообщении такие указания отсутствовали. Информация не имела сугубо индивидуального характера, подготовлена без учета специфики конкретного абонента или адресата. Позиция Воронежского УФАС России подтверждается сложившейся правоприменительной практикой (Постановление ФАС Уральского округа от 06.09.2007 №Ф09-7212/07-С1 об оспаривании Постановления Курганского УФАС России от 23.11.2006 №А34-7785/06 в отношении ОАО «МТС»).

Тем самым, довод ОАО «ВымпелКом» о том, что рассматриваемые SMS - сообщения не являются рекламой, не обоснован и отклоняется Комиссией.

Поскольку ОАО «ВымпелКом» определило содержание рассматриваемой рекламы, Общество в силу пункта 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» является ее рекламодателем.

ОАО «ВымпелКом» является рекламораспространителем данной рекламы, что подтверждается представленными по запросу Воронежского УФАС России документами (исх. № 00314/08-ИЦР-ВРН от 29.10.2008 года; исх. № 00330/08-ИЦР-ВРН от 12.11.2008 года).

В соответствии с частью 7 статьи 5 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.

Утвержденные ОАО «ВымпелКом» условия акции «Заплати-получи скидку» представлены по запросу Воронежского УФАС России (письмо от 29.10.2008 исх. № 00314/08-ИЦР-ВРН).

В рассматриваемой рекламе указаны следующие условия оказания рекламируемой услуги со скидкой: «Заплати — получи скидку» «При единовременном платеже с 11 по 24.08 от 100-250р скидка на услуги связи — 5%; 250-1000р — 10%; 1000-1500р - 30%; более 1500 р — 50% (максимальный размер скидки — 1000 руб). Начисление скидки: 25.08-08.09. Проверка начисления средств *108#. Билайн».

Согласно представленному ОАО «ВымпелКом» Распоряжению от 31.07.2008 №947/08Р «Об утверждении списка компаний для запуска в августе 2008 года в рамках проекта «Целевой Маркетинг» период действия акции с 04.08.2008 по 24.08.2008. Условиями акции «Заплати — получи скидку» (все регионы, кроме Москвы и Дальнего Востока), установлены следующие размеры скидок:

- платеж от 100 до 250 руб. (\$3.48 до \$8.70) - скидка - 5% от потраченных за 2 недели средств;
- платеж от 250 до 1000 руб. (\$8.71 до \$34.83) - скидка - 10% от потраченных за 2 недели средств;
- платеж от 1000 до 1500 руб. (\$34.84 до \$52.25) -скидка — 30% от потраченных за 2 недели средств;
- платеж от 1500 руб. и более (\$52.26 и более) скидка 50% (максимальный размер скидки) от потраченных за 2 недели

средств;

- при платеже менее 100 руб.(менее \$3.48) скидка не предоставляется.

При учете платежей не учитываются транзакции «Мобильного перевода», «Доверительного платежа», «мобильная коммерция»/ «мобильный платеж. интернет».

Скидка не распространяется на: междугородние и международные звонки, звонки в роуминге (внутрисетевой, международный), CPA контент.

Особенности проведения акции:

Максимальный размер предоставляемой скидки — 1000 рублей, срок действия скидки — 30 дней с момента начисления. Если до окончания срока скидка не будет израсходована, неиспользованные средства сгорают.

В рассматриваемом рекламном SMS-сообщении отсутствует часть существенной информации об условиях приобретения и использования товара со скидкой:

а) скидка в рассматриваемой рекламе не распространяется на междугородние и международные звонки, звонки в роуминге (внутрисетевой, международный), CPA контент;

б) срок действия скидки - 30 дней с момента начисления (если до окончания срока действия сумма скидки не будет израсходована, неиспользованные средства сгорают).

Отсутствие существенной информации в рассматриваемой рекламе указанной в пункте а) мотивировочной части настоящего Решения, искажает смысл информации и вводит в заблуждение потребителей рассматриваемой рекламы относительно условий приобретения услуг связи со скидкой, поскольку из ее содержания потребители рекламы могут сделать вывод о том, что осуществив единовременный платеж от 100-250р; 250-1000р; 1000-1500р; более 1500р, они вправе рассчитывать на получение скидки 5%,10%, 30% или 50% при осуществлении междугородних и международных звонков, звонков в роуминге (внутрисетевой, международный), CPA контенте. Фактически, ОАО «ВымпелКом» при расчете суммы скидки учитывало только стоимость местных звонков, при этом абоненты должны были находиться в области подключения.

Отсутствие существенной информации в рассматриваемой рекламе указанной в пункте б) мотивировочной части настоящего Решения, искажает смысл информации и вводит в заблуждение потребителей рассматриваемой рекламы, относительно условий использования услуг связи со скидкой, поскольку из ее содержания потребители рекламы могут сделать вывод о том, что получив определенную скидку они вправе рассчитывать на ее использования не только в течении 30 дней с момента начисления.

Тем самым, ОАО «ВымпелКом» допустило нарушение части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Ссылка ОАО «ВымпелКом» на то, что все условия акции можно узнать в Центре поддержки клиентов (бесплатный справочный номер <...>), Комиссией отклоняется, поскольку непосредственно в рассматриваемом рекламном SMS-сообщении информация предусмотренная частью 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» отсутствовала (Постановление ФАС Центрального округа от 02.10.2007 № А54-364/2007-С8).

Таким образом, рассматриваемая реклама услуг связи со скидкой ОАО «ВымпелКом» содержит нарушение части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе» распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы. При этом реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента или адресата, если рекламодатель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламодатель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

По запросу Воронежского УФАС России от 15.10.2008 исх. № 03-16/2159 Воронежским филиалом ОАО «ВымпелКом» представлены документы и материалы (письмо от 29.10.2008 № 00314/08-ЦЦР-ВРН), которыми подтверждается, что указанная информация распространялась посредством SMS-сообщений среди абонентов Воронежского филиала ОАО «ВымпелКом», а также среди абонентов Владимирского, Курского, Липецкого, Рязанского, Тверского филиалов.

Согласно представленным объяснениям ОАО «ВымпелКом»(письмо от 03.02.2009г) после автоматического набора номера абонента из выборки сотрудники отделов специальных программ Центров поддержки клиентов ОАО «ВымпелКом», расположенных в Новосибирске, Саратове, Воронеже и Твери, вступали с этими абонентами в устный диалог. В случае согласия абонента принять участие в акции на телефонный номер этого абонента направлялось SMS-сообщение с кратким перечислением размеров скидки, номером для проверки баланса. Также ОАО «ВымпелКом» была представлена выгрузка телефонных номеров абонентов Воронежского филиала ОАО «ВымпелКом», выразивших свое согласие принять участие в акции, в том числе и номер <...>, которая дала согласие 05.08.2008 в 15 часов 41 минуту (письмо от 29.10.2008 № 00314/08-ИЦР-ВРН).

<...>, обратившаяся с заявлением на распространённое SMS-сообщение, на заседании Комиссии 19.01.2009 подтвердила, что был звонок оператора по вопросу рекламной акции «Заплати — получи скидку» в августе 2008, но точно указать дату она затрудняется, а именно был этот звонок до получения рассматриваемого сообщения или после.

Изучив материалы дела и учитывая объяснения сторон по делу, Комиссия приходит к выводу об отсутствии в действиях ОАО «ВымпелКом» при распространении рассматриваемой рекламы нарушений части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований, установленных, в том числе, части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе», ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства РФ.

На момент вынесения настоящего Решения, распространение вышеуказанной рекламы, прекращено.

Основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе отсутствуют.

Руководствуясь пунктом 4 статьи 3, пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36, частями 6-7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе», и в соответствии с пунктами 37- 42 «Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе», утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17 августа 2006г. № 508, Комиссия, решила:

1. Признать ненадлежащей рекламу:

«При единовременном платеже с 11 по 24.08 от 100-250р скидка на услуги связи — 5%; 250-1000р — 10%; 1000-1500р - 30%; более 1500 р — 50% (максимальный размер скидки — 1000 руб). Начисление скидки: 25.08-08.09. Проверка начисления средств *108#. БиЛайн», распространенную в августе 2008 посредством рассылки SMS-сообщений, поскольку в ней нарушены требования **части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»**.

2. Не выдавать ОАО «ВымпелКом» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе, в связи с прекращением распространения ненадлежащей рекламы.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Воронежского УФАС России (специалисту-эксперту <...>) для возбуждения в отношении ОАО «ВымпелКом» дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «16» февраля 2009 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

Члены Комиссии