

**РЕШЕНИЕ**

Дело № 51-Р-2011

03 ноября 2011 г.

г. Чебоксары

Резолютивная часть решения оглашена 01 ноября 2011 г.

Решение изготовлено в полном объеме 03 ноября 2011 г.

Комиссия Чувашского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – зам. руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Чувашской Республике - Чувашии – начальник отдела товарных рынков Н.Ю. Винокурова;

члены Комиссии:

Г.Ф. Леонтьева – специалист-эксперт отдела товарных рынков,

Г.Ю. Ланская – ведущий специалист-эксперт отдела товарных рынков;

рассмотрев дело N 51-Р-2011, возбужденное по факту распространения на территории г. Чебоксары листовок ОАО «ВымпелКом», содержащих рекламу тарифов на услуги сотовой связи «Монстр общения 2011» и «Мир Билайн 2010»,

в присутствии представителей ОАО «ВымпелКом», в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – старшего юрисконсульта Чебоксарского филиала ОАО «ВымпелКом» Барановой Т.В. (доверенность б/н от 10.05.2011),

в отсутствие заявителя - гр. Иванова В.В., извещенного о месте и времени рассмотрения дела надлежащим образом,

**УСТАНОВИЛА:**

в Чувашское УФАС России поступило заявление гр. Иванова В.В., зарегистрированное от 06.09.2011 г. № 216, в котором он сообщает, о том, что на территории г. Чебоксары распространяются рекламные листовки ОАО «ВымпелКом», в которых рекламируются тарифы на услуги сотовой связи «Монстр общения 2011» и «Мир Билайн 2010».

При этом стоимость предоставляемой услуги связи по указанным тарифным планам в действительности значительно выше рекламируемой.

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 не 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 вводится в заблуждение потребитель 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 нераспознаваемым 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](http://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».

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 правоотношения, возникающие в процессе производства, размещения и распространения рекламы являются предметом регулирования гражданского законодательства. В соответствии со статьей 437 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее - ГК РФ), реклама и иные предложения, адресованные неопределенному кругу лиц, рассматриваются как приглашение делать оферты.

Поэтому целью рекламы тарифов на услуги сотовой связи является не сообщение потребителям всех условий договора об оказании услуг связи в соответствии с

тарифными планами, так как тарифные планы содержат более 20 параметров, разместить которые на рекламной листовке не представляется возможным, а привлечение внимания потребителя к услугам сети «Билайн», формирование и поддержание интереса к указанным услугам и продвижение рекламируемых тарифных планов на рынке услуг сотовой связи.

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.

Согласно требованиям, установленным пунктом 4 части 3 статьи 5, частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» в рекламе тарифных планов «Монстр общения 2011» и «Мир Билайн 2010» указана достоверная информация о стоимости звонка со второй минуты разговора и стоимости первой минуты разговора. При этом смысл информации не искажен и потребители не вводятся в заблуждение.

В отношении размера шрифта, используемого в рекламных листовках, законодательство о рекламе не содержит каких-либо предписаний или ограничений, а также законом не установлено требование к доступности формы и степени такой доступности. 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.

В рекламе тарифных планов содержится указание на то, что подробности о рекламируемом тарифном плане можно узнать на сайте [www/beeline.ru](http://www.beeline.ru), что дает понять потребителю, каким способом он может получить дополнительные сведения о данном тарифном плане.

Указанный сайт является официально зарегистрированным средством массовой информации и содержит полную информацию как о всех тарифных планах и тарифных опциях, так и о стоимости платы за соединение.

Перечень существенных условий, обязательных для указания в рекламе услуг подвижной связи, действующее законодательство не содержит.

Кроме того, в соответствии со статьей 10 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей», пунктах 10-13 Правил оказания услуг подвижной связи, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 25.05.2005 № 328, ОАО «ВымпелКом» создана система информационно-справочного обслуживания.

Комиссия считает доводы представителя ОАО «ВымпелКом» подлежащими отклонению по следующим основаниям.

Изучив представленные заявителем Ивановым В.В. листовки, содержащие рекламу

тарифных планов «Монстр общения 2011» и «Мир Билайн 2010», Комиссия установила следующее.

Информация о стоимости первой секунды соединения для исходящих вызовов в рекламной листовке «Мир Билайн 2010» доводится до потребителя в виде линейной диаграммы, которая напечатана мелким шрифтом в отличие от информации о стоимости исходящих вызовов (**1 коп./мин.**). При этом данная информация размещена отдельно от размера платы за исходящие вызовы, поэтому не привлекает внимания потребителя и может остаться незамеченной.

Информация о стоимости первой секунды соединения для исходящих вызовов в рекламной листовке «Монстр общения 2011» также доводится до потребителя в виде линейной диаграммы, которая напечатана мелким шрифтом в отличие от информации о стоимости исходящих вызовов (**15 коп./мин.**). При этом данная информация также размещена отдельно от размера платы за исходящие вызовы, поэтому не привлекает внимания потребителя и может остаться незамеченной.

Использование рекламодателем такого визуального приема в рекламе, как различный размер шрифта в размещаемой информации искажает действительный смысл информации, размещенной крупным шрифтом, и лишает возможности потребителей получить полный текст рекламы.

Формальное присутствие в рекламе существенных условий, напечатанных мелким, нечитаемым шрифтом, не позволило потребителю гр. Иванову В.В. воспринять данные сведения, в связи с чем Комиссия не может рассматривать данное как их наличие.

В соответствии с "[Правилами](#) оказания услуг подвижной связи", утвержденными Постановлением Правительства РФ N 328 от 25.05.2005,

- порядок, сроки и форма расчетов являются существенными условиями договора услуг подвижной связи ([п. 20](#));

- "тарифный план" - совокупность ценовых условий, на которых оператор связи предлагает пользоваться одной либо несколькими услугами подвижной связи ([п. 2](#));

- 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 ([п. 33](#));

- при формировании тарифных планов могут применяться следующие виды тарификации:

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

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

в) за каждую оказанную услугу подвижной связи, при которой размер платежа определяется фактически оказанными услугами подвижной связи. При формировании тарифных планов допускается сочетание нескольких видов тарификации ([п. 34](#));

- единица тарификации соединения по сети подвижной связи устанавливается оператором связи, но не может быть более 1 минуты ([п. 29](#));

- плата за соединение по сети подвижной связи определяется исходя из его продолжительности, выраженной в количестве единиц тарификации соединения по сети подвижной связи ([п. 35](#)).

Следовательно, применительно к услугам связи информация о стоимости первой секунды разговора, от величины которой зависит размер платежа за оказанную услугу, является существенной и может являться для абонентов определяющим параметром при выборе операторов связи.

Отсутствие же такой информации вводит потребителя в заблуждение относительно реальной стоимости услуги связи.

Ссылка ОАО "ВымпелКом" о возможности получения сведений о всех параметрах, определяющих стоимость услуги связи в соответствии с тарифными планами «Монстр общения 2011» и «Мир Билайн 2010» в офисах компании, оператором при телефонном разговоре, а также о том, что у абонентов имелась возможность получения дополнительной информации об условиях проведения акции посредством обращения справочную службу "БиЛайн" либо просмотрев информацию на сайте [www/beeline.ru](http://www.beeline.ru), отклонена, так как исходя из императивного требования [ч. 7 ст. 5](#) Закона о рекламе в самой рекламе должна содержаться существенная информация, способная вызвать у ее потребителя правильное (неискаженное) представление об объекте рекламирования.

Потребитель рекламы вправе рассчитывать на формирование неискаженного представления об услуге при восприятии конкретного рекламоносителя, а не совокупности всех распространенных к определенному моменту рекламных материалов.

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.

Комиссия, изучив представленные гр. Ивановым В.В. листовки с рекламой, заслушав представителя Чебоксарского филиала ОАО «ВымпелКом» Баранову Т.В., пришла к выводу о нарушении в рекламе тарифов «Монстр общения 2011» и «Мир Билайн 2010» требований пункта 4 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5

Федерального закона «О рекламе», в связи с предоставлением информации о стоимости первой секунды разговора в виде линейной диаграммы, неоднозначно понимаемой потребителями, а также мелким нечитаемым шрифтом отдельно от размера платы за услуги сотовой связи, что влечет искажение действительного смысла информации.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Федерального закона «О рекламе» антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На момент рассмотрения дела представитель Чебоксарского филиала ОАО «ВымпелКом» Баранова Т.В. сообщила о том, что рассматриваемые рекламные листовки не распространяется, в связи с чем Комиссия Чувашского УФАС России приходит к выводу об отсутствии необходимости выдавать предписание о прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

Учитывая вышеизложенное и руководствуясь частью 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу тарифов на услуги сотовой связи «Монстр общения 2011» и «Мир Билайн 2010» ОАО «ВымпелКом», в связи с нарушением требований, определенных пунктом 4 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ОАО «ВымпелКом» не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Чувашского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии

Н.Ю. Винокурова

Члены Комиссии

Г.Ф. Леонтьева

Г.Ю. Ланская