О П Р Е Д Е Л Е Н И Е

о возбуждении дела № 3-5-11/00-08-15

по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

12 мая 2015 г.

г. Москва

Председатель Комиссии ФАС России по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе, Кашеваров А.В., рассмотрев материалы о распространении ОАО «МегаФон» рекламы тарифа «Переходи на ноль» с февраля 2015 года на федеральных телеканалах,

У С Т А Н О В И Л:

В ФАС России поступило обращение ООО «Т2 Мобайл» с претензией к рекламе тарифа «Переходи на ноль» ОАО «МегаФон», распространявшейся с февраля 2015 года в эфире федеральных телеканалов.

Рекламный видеоролик (30 сек.) показывает как домашний питомец – серый кот, пытается привлечь к себе внимание членов семьи, но ему это не удается, так как все заняты разговорами по мобильным телефонам.

Видеоряд рекламы сопровождается предложением пользоваться бесплатными звонками внутри сети:

«- Все вокруг говорят по телефону? Привыкай! Переходи на ноль от МегаФона! Бесплатные звонки внутри сети.»

Завершает рекламу постер, в котором крупным шрифтом приводится следующая информация:

«Звони на Мегафон бесплатно. 0 руб./мин.»

В рекламном видеоролике присутствуют также два дисклейма, каждый продолжительностью около 4 секунд, в которых с использованием мелкого шрифта белого цвета приводится иная информация об условиях данного тарифа:

1) «Условия тарифа зависят от региона РФ. В некоторых регионах стоимость вызова на номера «МегаФон» Домашнего региона – 0 руб. с 1-й по 20-ю минуту в сутки. Стоимость вызова по данному направлению с 21-й минуты в сутки зависит от региона подключения»;

2) «В остальных регионах стоимость вызова на номера «МегаФон» Домашнего региона – 0 руб. со 2-й минуты разговора. Стоимость первой минуты вызова, а также минуты вызова со 121-й в сутки по данному направлению зависят от региона. Подробности на www.megafon.ru».

Вместе с тем указанный в дисклеймах текст не представляется возможным прочесть за 4 секунды, ввиду достаточно мелкого шрифта и краткого времени показа, что практически не позволяет потребителям воспринимать поясняющую рекламное предложение информацию. Кроме того, содержание указанных дисклеймов трудно воспринять даже при остановке кадра.

Таким образом, в рекламе внимание потребителя фокусируется на утверждении «Бесплатные звонки внутри сети. Звони на Мегафон бесплатно. 0 руб./мин.»

В случае, когда условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, отсутствие которой способно обмануть их ожидания, сформированные данной 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 до неопределённого круга лиц надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию и вводится в заблуждение относительно предлагаемого товара либо услуги.

Согласно условиям тарифа «Переходи на ноль», размещенным на сайте ОАО «МегаФон» <http://moscow.megafon.ru/tariffs/alltariffs/>, стоимость звонков внутри сети с 1-й по 20-ю минуты в сутки составляет 0 рублей в минуту, стоимость минуты, начиная с 21-й — 1,5/мин.»

В рекламе в текстовом сообщении приводится крупным шрифтом наиболее привлекательное для потребителей условие – стоимость входящего 0 рублей в минуту. Об этом же условии в ролике имеется аудиосообщение. Об изменении стоимости звонков с 21-ой минуты в рекламе фактически умалчивается.

Вместе с тем условие о том, что стоимость звонка с 21-ой минуты изменяется и составит 1,5 рубля в минуту, является для потребителей существенной информацией, отсутствие которой искажает смысл рекламы и вводит потребителя в заблуждение относительно действительных условий тарифа. Однако данная существенная информация в рекламе указана формально, поскольку доводится до потребителей ненадлежащим способом и не может быть воспринята потребителями.

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.

Таким образом, в рекламе тарифа «Переходи на ноль» с утверждением «Бесплатные звонки внутри сети. 0 руб./мин.» усматриваются признаки нарушения части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со статьёй 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несёт ответственность за нарушение требований законодательства Российской Федерации о рекламе, установленных статьёй 5 Федерального закона «О рекламе».

ОАО «Мегафон» (юридический адрес: Кадашевская наб., д. 30, г. Москва, 115035,

ОГРН 1027809169585; ИНН/КПП 7812014560/770601001, дата регистрации 15.07.2002).

На основании части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу № 3-5-11/00-08-15 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

рекламодатель - ОАО «Мегафон» (юридический адрес: Кадашевская наб., д. 30, г. Москва, 115035, ОГРН 1027809169585, ИНН 7812014560, КПП 770601001, дата регистрации 15.07.2002);

заявитель:

ООО «Т2 Мобайл» (юридический адрес: Ленинградское шоссе, д. 39А, стр. 1, г. Москва, 125212, ОГРН 1137746610088, ИНН 7743895280, КПП 774301001).

3. Назначить дело № 3-5-11/00-08-15 к рассмотрению на « 22 » июня 2015 года в « 11 » часов « 30 » минут по адресу: г. Москва, Пыжевский переулок, д. 6, каб. 301 (т. 8 (499) 755 23 23 вн. 674).

4. ОАО «Мегафон» надлежит в срок до « 18 » июня 2015 года представить ФАС России следующие документы и материалы:

копии учредительных документов ОАО «Мегафон» (устав, свидетельство о постановке на налоговый учет, выписку из ЕГРЮЛ и иные) с последующими изменениями;

копии документов, подтверждающих полномочия генерального директора;

копии (образцы, макеты, записи на CD-дисках и пр.) рекламы тарифа «Переходи на ноль», распространявшейся с февраля 2015 г. на федеральных телеканалах;

копии договоров, платежных поручений и иных материалов, на основании которых с февраля 2015 г. на федеральных телеканалах осуществлялось распространение рекламы тарифа «Переходи на ноль»;

графики распространения рекламы тарифа «Переходи на ноль» на федеральных телеканалах с февраля 2015 г. по настоящее время;

информацию о рекламодателях с указанием наименования, адреса и реквизитов;

информацию о масштабе рекламной кампании тарифа «Переходи на ноль» с указанием средств массовой информации и иных способов распространения

рекламы, адресной программы, периодов распространения;

письменные объяснения по существу претензий и обстоятельствам распространения рекламы тарифа «Переходи на ноль».

Все документы должны быть заверены подписью руководителя и печатью ОАО «Мегафон».

Явка представителей ОАО «Мегафон», в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна (для представителей организаций – подлинная доверенность на представление интересов организации по делу № 3 5-11/00-08-15).

Для обеспечения пропусков в здание ФАС России фамилии представителей необходимо сообщить заранее: для граждан Российской Федерации - за 1 день, для иностранных граждан - за 3 дня.