

РЕШЕНИЕ
по делу № 3-5-11/00-08-15

22 июня 2015 г.

г. Москва

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

<...>,

рассмотрев дело № 3-5-11/00-08-15 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространении ОАО «МегаФон» рекламы тарифа «Переходи на ноль» на федеральных телеканалах в феврале-марте 2015 года,

в присутствии представителей:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе (рекламодатель):

ОАО «Мегафон» (адрес: Кадашевская набережная, д.30, г. Москва, 115035) – <...> (доверенность №5/646-14 от 02.10.2014),

заявителя:

ООО «Т2 Мобайл» (адрес: Ленинградское шоссе, д.39А, стр.1, г. Москва, 125212) - <...> (доверенность б/н от 09.06.2015), <...> (доверенность б/н от 09.06.2015),

УСТАНОВИЛА:

В ФАС России поступило обращение ООО «Т2 Мобайл» с претензией к рекламе тарифа «Переходи на ноль» ОАО «МегаФон», распространявшейся в феврале-марте 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 дисклеймера, 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 дисклеймерах 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 дисклеймеров 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 товар, 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» рекламодаделец несёт ответственность за нарушение требований законодательства Российской Федерации о рекламе, установленных статьёй 5 Федерального закона «О рекламе».

Рекламодателем рассматриваемой рекламы является 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 «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей распространяющуюся с февраля 2015 года на федеральных каналах рекламу тарифа «Переходи на ноль», поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», а именно, в данной рекламе отсутствует часть существенной информации об условиях предоставления указанных услуг, что искажает смысл рекламы и вводит потребителей в заблуждение относительно условий предоставления услуг.

2. Выдать ОАО «Мегафон» предписание о прекращении нарушения части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу ФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного статьёй 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении рекламодателя указанной рекламы - ОАО «Мегафон».

Решение изготовлено в полном объеме 22 июня 2015 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьёй 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.