

РЕШЕНИЕ
по делу № 3-5-27/00-08-15

24 сентября 2015 г.

г. Москва

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

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XX
XXXXXX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XX
XX
XX
XX
XX
XX
XX
XX
XX
XX

рассмотрев материалы по факту распространении в феврале - марте 2015 года рекламы смартфона MegaFon Login+ на федеральных телеканалах, в том числе Рен ТВ, ТВ3, ТНТ, СТС,

в присутствии представителя лица, участвующего в деле:

лица, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

ПАО «Мегафон» (юридический адрес: Кадашевская наб., д. 30, г. Москва, 115035, ОГРН 1027809169585; ИНН/КПП 7812014560/770601001, дата регистрации 15.07.2002) — XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX,

УСТАНОВИЛА:

В ФАС России поступило заявление ЗАО «Сибинтертелеком» с претензией к рекламе смартфона MegaFon Login+.

Данная реклама распространялась в феврале-марте 2015 года в эфире федеральных телеканалов Рен ТВ, ТВ3, ТНТ, СТС.

В рекламе смартфона MegaFon Login+ звуковым сообщением и крупным хорошо читаемым текстом указывалось, что данное устройство можно приобрести в салонах связи Мегафон по цене 4990 рублей.

В нижней части экрана текстовым сообщением на дисклеймерах указывались иные условия, при которых можно совершить такую покупку:

на первом дисклеймере - «Цена действует до 08.03.2015 при покупке телефона MegaFon Login+ с одновременным подключением опции «Интернет S» или тарифного плана «Мегафон — Все включено М» и внесением абонентской платы за определенный период»;

на втором дисклеймере - «Логин. Цена телефона MegaFon Login+ без подключения опции или тарифного плана 6990 рублей. Количество товара ограничено. Со стоимостью опции и тарифного плана, периодом внесения абонентской платы и подробными условиями в Вашем регионе можно ознакомиться на www.megafon.ru».



Реклама завершается кадром с текстом, выполненным крупным хорошо читаемым шрифтом «Двойная выгода: телефон, он же планшет Login+. 4990 рублей».

Текст дисклеймеров выполнен мелким шрифтом и размещался в рекламном видеоролике примерно на 1/9 площади кадра, продолжительность первого дисклеймера составляет 5 секунд, второго дисклеймера – 4 секунды.

Вместе с тем указанный в дисклеймерах текст не представляется возможным прочесть за 5 и 4 секунды, ввиду мелкого шрифта и короткого времени показа, что практически не позволяет потребителям воспринимать поясняющую рекламное заявление информацию, соответственно фактически потребители данную информацию не получали.

Согласно информации, размещенной на официальном сайте ПАО «Мегафон» <http://moscow.megafon.ru/>, покупку телефона Megafon Login+ по цене 4990 рублей возможно совершить только при подключении тарифного плана «Мегафон — Все Включено М» с одновременным внесением авансового платежа в размере 1180 рублей для предоплаты двух полных месяцев использования либо при подключении опции «Интернет S» с внесением авансового платежа в размере 700 рублей для предоплаты двух полных месяцев пользования этой опцией. По истечении двух месяцев с момента подключения опции «Интернет S» с Абонента списывается абонентская плата за использование опции «Интернет S» в размере 350 рублей в соответствии с условиями опции «Интернет S». Без подключения указанных опций цена смартфона составляет 6990 рублей.

Указанные условия влияют на выбор потребителей и являются существенными для них. Однако в рекламе информация о данных условиях указана мелким нечитаемым шрифтом, в противоположность наиболее привлекательному условию — цене телефона Megafon Login+ в размере 4990 рублей, которое указано крупным хорошо читаемым шрифтом.

Формальное присутствие в рекламе условий, при которых возможно приобретение смартфона по цене 4990 рублей, выполненных мелким нечитаемым шрифтом, не позволяет потребителю воспринимать данные сведения и не может рассматриваться как их наличие, поскольку реклама направлена на импульсивное восприятие информации потребителями и содержит информацию, в которой выделено наиболее привлекательное условие (цена смартфона — 4990 рублей).

Размещение привлекательной для потребителя информации крупным шрифтом, а менее привлекательной, но существенной информации – способом, затрудняющим её восприятие, свидетельствует о недобросовестности рекламы.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - 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.

То обстоятельство, что нормами Федерального закона «О рекламе» не установлен размер шрифта, которым должна быть приведена существенная информация, не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть любым, поскольку, как следует из положений статьи 5 Федерального закона «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна вводить в

заблуждение потребителей.

В случае, когда условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, отсутствие которой способно обмануть их ожидания, сформированные 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 для неопределённого круга лиц надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию.

Несмотря на формальное наличие в рекламе информации об условиях приобретения телефона MegaFon Login+ по цене 4990 рублей, форма предоставления данных сведений такова, что они не воспринимаются потребителями и фактически в рекламе отсутствуют.

Вместе с тем информация о том, что приобретение телефона MegaFon Login+ по цене 4990 рублей возможно только с одновременным подключением опции «Интернет S» или тарифного плана «Мегафон — Все включено М» и внесением абонентской платы за определенный период, является для потребителя существенной и ее отсутствие искажает смысл рекламы и вводит потребителей в заблуждение относительно стоимости телефона MegaFon Login+.

Таким образом, в рекламе телефона MegaFon Login+, распространявшейся в феврале-марте 2015 года в эфире федеральных телеканалов, усматриваются признаки нарушения части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Рекламодателем указанной рекламы является ПАО «Мегафон» (юридический адрес: Кадашевская наб., д. 30, г. Москва, 115035, ОГРН 1027809169585; ИНН 7812014560, КПП 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 распространявшуюся в феврале-марте 2015 года на федеральных телеканалах, в том числе Рен ТВ, ТВЗ, ТНТ, СТС, рекламу смартфона MegaFon Login+, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», а именно, в данной рекламе отсутствует часть существенной информации об условиях приобретения смартфона.

2. Выдать ПАО «Мегафон» предписание о прекращении нарушения Федерального закона «О рекламе».

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу ФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренного статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении ПАО «Мегафон».

Решение изготовлено в полном объеме 30 сентября 2015 года. Решение может

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