

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

о прекращении производства по делу № 3-5-30/00-08-16

27 сентября 2016 г.

г.Москва

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

<...>,

в присутствии представителей:

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

ПАО «Мегафон» (юридический адрес: Кадашевская наб., д. 30, г. Москва, 115035, ОГРН 1027809169585, ИНН 7812014560, КПП 770601001, дата регистрации 15.07.2002) - <...> (доверенность № 5/607-15 от 06.10.2016), <...> (доверенность № 5/601-15 от 06.10.2016).

УСТАНОВИЛА:

Реклама ПАО «Мегафон» «Грандиозное падение цен. - 50 %» линейки тарифов «Все включено» распространялась в 2016 году на федеральных телеканалах и представляет собой диалог героев ролика - девочки и актера <...>:

«-А 50 % это падение или еще снижение?»

- Наверное падение.

-А его можно назвать грандиозным?

- Думаю, можно.

- А мне кажется, что нужен другой эпитет. Например, фантастическое или ошеломительное.

- А может быть улётное падение?

- Нет, это уже будет оксюморон».

В середине видеоролика, в нижней части кадров появляются дисклеймеры:

на первом дисклеймере: «При подключении или переходе на тариф линейки «Мегафон — Все включено» до 20.04.16 абонентская плата за первый месяц пользования списывается со скидкой 50 %»

на втором дисклеймере: «Перечень тарифных планов, участвующих в акции, а также особенности участия в акции для абонентов Северо-Западного филиала ПАО «Мегафон» - на сайте www.megafon.ru и в салонах связи Мегафон».

Текст с данными условиями выполнен мелким шрифтом и размещается в рекламном видеоролике на 1/9 площади кадра, продолжительность первого дисклеймера составляет 10 секунд, второго – 10 секунд.

Указанные в дисклеймерах условия не представляется возможным прочесть, ввиду мелкого шрифта, что практически не позволяет потребителям воспринимать поясняющую рекламное заявление информацию, соответственно фактически потребители данную информацию не получали.

Завершается видеоролик изображением рекламной конструкции, на которой крупным шрифтом указывается «Грандиозное падение цен. - 50%. Мегафон», и заключительной заставкой, в которой на зеленом фоне демонстрируется «- 50% акция на тарифах «Все включено», заключительные кадры озвучены голосом: «Грандиозное падение цен на тарифах «Все включено». Мегафон по-настоящему рядом».



Согласно условиям акции на линейке тарифных планов «Мегафон - Все включено 50%» в период проведения акции с 14.03.2016 по 30.04.2016 при подключении/переходе Участника Акции на линейку «Мегафон - Все включено» абонентская плата в первый месяц пользования тарифами составляет 50 % от базовой абонентской платы и списывается в полном размере, начиная со второго месяца абонентская плата списывается в соответствии с базовыми условиями тарифного плана линейки «Мегафон — Все включено», действующим в домашнем регионе.

Соответственно на линейке тарифных планов «Мегафон - Все включено» в рамках акции предусматривается всего лишь скидка на оплату услуг за первый месяц пользования тарифом и не происходит изменение (падение) цен на услуги связи.

Информация о том, что под грандиозным падением цен в рекламе подразумевается скидка 50 % по оплате услуг связи в первый месяц пользования на линейке тарифов «Все включено» является для потребителей существенной, однако в рекламе указана мелким шрифтом, практически не позволяющим потребителям воспринимать поясняющую рекламное заявление информацию, соответственно фактически потребители данную информацию не получают.

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 стоимости тарифа, форма предоставления данных сведений такова, что они не воспринимаются потребителями и фактически в рекламе отсутствуют.

Вместе с тем информация о данных условиях является существенной для потребителей, и ее отсутствие обманывает их ожидания и искажает смысл рекламы, следовательно, реклама вводит потребителей в заблуждение относительно действительной стоимости услуг связи на тарифе «Все включено».

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.

Согласно пункту 1, 2 статьи 9 Федерального закона «О рекламе» в рекламе, сообщающей о проведении конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (стимулирующее мероприятие), должны быть указаны сроки проведения такого мероприятия и источник информации об организаторе такого мероприятия, о

правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Информация о сроке проведения акции (с 14.03.2016 по 30.04.2016) и источнике информации об организаторе (сайте www.megaфон.ru) также указана в рекламе мелким шрифтом, соответственно фактически данная информация отсутствует.

Учитывая изложенное, в указанной рекламе усматриваются признаки нарушения части 7 статьи 5, пункта 1, 2 статьи 9 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).

Между тем согласно условиям акции «Грандиозное падение цен. - 50 %» скидка 50 % на абонентскую плату в первый месяц пользования тарифами линейки «Все включено» предоставляется **всем** участникам акции при подключении/переходе на тарифы линейки «Мегафон — Все включено».

Согласно части 27 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" нормы статьи 9 Закона о рекламе применяются к стимулирующим мероприятиям, условием участия в которых является приобретение определенного товара и которые проводятся на конкурсной основе с розыгрышем призов или получением выигрышей.

Мероприятие, по условиям которого одинаковые подарки предоставляются всем лицам, совершившим покупку, не подпадает под понятие стимулирующего мероприятия, предусмотренного статьей 9 Федерального закона «О рекламе», и на рекламу такого мероприятия не распространяются требования статьи 9 Федерального закона «О рекламе», поскольку подарок, предоставленный всем лицам, совершившим покупку, может рассматриваться как часть стоимости товара, возвращенная покупателю, соответственно такие подарки не рассматриваются как призы и выигрыши покупателей.

Соответственно, на рекламу акции «Грандиозное падение цен. - 50 %» на линейке тарифов «Все включено» не распространяются требования статьи 9 Федерального закона «О рекламе», поскольку скидку, предусмотренную акцией, получают все участники акции, нет выигравшего или проигравшего.

С учетом изложенного признаки нарушения пункта 1, 2 статьи 9 Федерального закона «О рекламе» в распространявшейся на федеральных телеканалах в 2016 году отсутствуют в рекламе ПАО «Мегафон» «Грандиозное падение цен. - 50 %» линейки тарифов «Все включено».

По результатам визуального анализа рекламного видеоряда Комиссия пришла к заключению, что размер шрифта поясняющего текста в дисклеймерах к кадру, а также форма (белый цвет шрифта на темном фоне) и продолжительность представления дисклеймеров с поясняющим текстом в кадре позволяют потребителям прочесть всю необходимую информацию.

При данных обстоятельствах Комиссия ФАС России пришла к заключению об отсутствии признаков нарушения части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» в распространявшейся на федеральных телеканалах в 2016 году рекламе ПАО «Мегафон» «Грандиозное падение цен. - 50 %» линейки тарифов «Все включено».

Руководствуясь подпунктом «а» пункта 36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

ОПРЕДЕЛИЛА:

Прекратить производство по делу № **3-5-30/00-08-16** по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.