

РЕШЕНИЕ

по делу № 3-5-23/00-08-15

21 августа 2015 г.

г. Москва

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

Председатель Комиссии

Кашеваров А.Б.- заместитель руководителя ФАС России;

Члены Комиссии:

Никитина Т.Е. – Заместитель начальника Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

Дегтярева А.В. – ведущий специалист-эксперт отдела контроля законодательства о рекламе Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

рассмотрев материалы по факту распространении ПАО «МегаФон» рекламы «МегаФон — Все включено S» на федеральных телеканалах, в том числе «Первый канал», «Перец», «РБК», в мае 2015 года,

в присутствии представителей лиц, участвующих 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) — Горбенковой Ю.А.,

УСТАНОВИЛА:

В ФАС России поступило заявление гражданина с претензией к рекламе тарифа «МегаФон — Все включено S».

Указанная реклама распространялась в мае 2015 года в эфире телеканалов, в том числе «Первый канал», «Перец», «РБК», .

В рекламе тарифа «МегаФон — Все включено S» ПАО «Мегафон» указывалось на абонентскую плату в размере 190 руб./мес. (в форме текста).

В нижней части рекламы указывались иные условия тарифа:

на первом дисклеймере - «190 рублей – размер абонентской платы за 1 й месяц пользования тарифным планом «МегаФон — Все включено S»»;

на втором дисклеймере «Размер абонентской платы за 2-й и последующие месяцы зависит от филиала подключения. Подробнее — www.megafon.ru. Предложение действительно до 31.05.2015» (рекламный видеоролик).

Текст с данными условиями выполнен мелким шрифтом и размещался в рекламном

видеоролике на 1/9 площади кадра, продолжительность первого дисклеймера составляет 8 секунд, второго дисклеймера – 4 секунды.

Вместе с тем указанный в дисклеймерах текст не представляется возможным прочесть за 8 и 4 секунды, ввиду мелкого шрифта и краткого времени показа, что практически не позволяет потребителям воспринимать поясняющую рекламное заявление информацию, соответственно фактически потребители данную информацию не получали.

Согласно условиям тарифного плана «МегаФон — Все включено S», размещенных на официальном сайте ПАО «Мегафон» <http://moscow.megafon.ru/>, абонентская плата 190 рублей предусмотрена только за 1-й месяц пользования услугой и со 2-го месяца увеличивается в размере, зависящем от региона подключения.

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 — абонентской плате в размере 190 руб./мес., которое указано крупным хорошо читаемым шрифтом.

Формальное присутствие в рекламе обозначенных условий, 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 (абонентская плата 190 руб./мес.).

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

Вместе с тем информация об изменении размера абонентской платы со 2-го месяца пользования тарифом и ее зависимость от региона подключения является для потребителя существенной и ее отсутствие искажает смысл рекламы и вводит потребителей в заблуждение относительно стоимости услуги по тарифному плану «МегаФон — Все включено S».

Таким образом, в рекламе тарифа «МегаФон – Все включено S», распространявшейся в мае 2015 года в эфире телеканалов, в том числе «Первый канал», «Перец», «РБК», усматриваются признаки нарушения части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодаделец 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/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 распространявшуюся в мае 2015 года на федеральных телеканалах, в том числе «Первый канал», «Перец», «РБК», рекламу «МегаФон — Все включено S», поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», а именно, в данной рекламе отсутствует часть существенной информации об условиях тарифа.

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 25 августа 2015 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.