

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА

Управления федеральной антимонопольной службы России по Курганской области

Запрос рассмотрен членами Комитета по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов, общественных организаций, служб мониторинга Саморегулируемой организации Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (далее - СРО).

Форма проведения: дистанционная (электронная переписка) 12.02.2020-19.02.2020.

Описание рекламного продукта

Рекламный видеоролик, распространяемый в эфире телеканала "Россия 1" на территории города Кургана, где между посетителями кафе происходит беседа следующего содержания: "- Мне, цезарь, чай и пароль от Wi-Fi. - Какой Wi-Fi? Вы же в Кургане! - Ну, что смеетесь, видно же не местный! - Да что происходит вообще? - Да какой Wi-Fi? Вы же в Кургане! - В Курганской области тарифище с быстрым безлимитным интернетом, всего за 140 рублей в месяц. - Там есть Wi-Fi? -Какой Wi-Fi, вы же в Кургане!".

Суть запроса

В Управление федеральной антимонопольной службы России по Курганской области (далее - УФАС) поступили жалобы потребителей в связи с распространением данного рекламного ролика, после чего УФАС было возбуждено дело о нарушении законодательства о рекламе в части некорректного сравнения рекламируемых услуг ПАО «МТС» перед услугами доступа в «Интернет», оказываемыми иными лицами, а именно сравнение безлимитного интернета предоставляемого ПАО «МТС» с беспроводной локальной сетью Wi-Fi, предоставляемой иными операторами связи, путем превосходства рекламируемых услуг над услугами иных операторов связи.

Для вынесения объективного решения по данному вопросу УФАС обратилось в СРО с запросом о соответствии данной рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, нормам, изложенным в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП).

Отклик

Позиция рекламодателя не запрашивалась.

Оценка экспертов

Изучив материалы из обращения УФАС, эксперты высказались следующим образом:

Вопрос № 1: Считаете ли вы, что рассматриваемый видео ролик рекламы услуг ПАО "МТС" содержит некорректное сравнение рекламируемых услуг с услугами доступа в интернет иных операторов связи?

Эксперты большинством голосов (81,8%) ответили "НЕТ", 18,2% экспертов ответили "ДА".

Вопрос № 2. Имеются ли в данной рекламе нарушения требований Российской Федерации о рекламе, а также норм, изложенных в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?

Эксперты большинством голосов (81,8%) ответили "НЕТ", 18,2% экспертов ответили "ДА".

Свою позицию эксперты мотивировали следующими выводами.

Вопрос УФАС:

Просим Вас выразить экспертное мнение по вышеуказанному вопросу в части некорректного сравнения рекламируемых услуг доступа в «Интернет», предоставляемых ПАО «МТС», с услугами доступа в «Интернет» при помощи беспроводной локальной сети Wi-Fi, оказываемыми иными операторами связи, путем превосходства рекламируемых услуг над услугами иных операторов связи, а также путем насмешки и формированием негативного отношения к услугам иных операторов связи, находящихся на территории Курганской области, указывая тем самым, что Курганская область экономически, технологически отсталый регион и откуда в нем такая услуга как Wi-Fi.

Ответы экспертов:

1. В данной рекламе нет тенденциозного сравнения с иными услугами.

Сама формулировка вопроса является самопротиворечивой. Сравнение возможно, если в ролике предполагается наличие услуг разных операторов - одного, предоставляющего мобильный интернет, другого (других) - предоставляющих Wi-Fi.

Некорректность сравнения безлимитного тарифа ПАО "МТС" с доступом при помощи wi-fi (от «других операторов») не обнаружена по следующим причинам:

- безлимитный интернет тариф ПАО "МТС" позиционируется как более удобный по сравнению с пользованием бесплатным Wi-Fi в каждом конкретном заведении (не надо выбирать точку с бесплатным доступом, подключаться, терять время) и таким образом, в том числе, экономится трафик (по сравнению с тарифами с большим, но не безлимитным интернетом;

- дополнительное знакомство с тарифами других операторов подтвердило предположение, что на уровне ощущений тариф ПАО "МТС" должен справедливо восприниматься всеми потребителями (местными и приезжими) как выгодный: 140 руб по сравнению с 200 руб у ближайшего конкурента (хотя полностью корректного ценового сравнения сделать невозможно, т.к. интернет почти всегда - это часть пакета услуг, который у всех разный).

Рекламодатель не заявляет о своем превосходстве над другими, он делает безотносительное заявление о своем техническом решении. В рекламе говорится

исключительно о том, что ПАО «МТС» предоставляет возможность использовать мобильный интернет, не прибегая к иным средствам связи, в т.ч. WI-FI, который имеет существенные территориальные ограничения. И такое заявление корректно, потому что любой потребитель, использующий мобильный интернет в поездках, понимает об очевидном преимуществе наличия мобильного интернета, освобождающего от необходимости поиска точки доступа WI-FI.

2. Насмешки и негативного отношения к услугам других операторов, и тем более к Курганской области и ее жителям, тоже не обнаружено.

Скорее наоборот: реакция посетителей кафе говорит о том, что они владеют информацией в вопросах мобильной связи и интернета, в курсе присутствующих операторов (всех федеральных и региональных) и их тарифов, и способны делать выводы, что им удобно и выгодно. В ролике иронизируют над персонажем, а не над областью, напротив "местные жители", использующие мобильный интернет, удивляются "дремучести" персонажа, а не территории.

Соответственно, экспертами не выявлено никаких некорректных сравнений с другими операторами и какой-либо насмешки над регионом и его жителями.

Особое мнение

Особых мнений не поступило.

Решение

1. Нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и Кодекса рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП) не выявлены.

