

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 44-2020

Управления федеральной антимонопольной службы России по Свердловской области по

Запрос рассмотрен 10 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): 15.06.2020-29.06.2020.

Описание рекламного продукта

На сайте средства массовой информации РИА «Новый День» <https://newdavnews.ru/chelvabmsk/691956.html> 14.05.2020 в 16 часов 25 минут в статье под заголовком: «Южноуральцам предложили новые возможности игрового сервиса» зафиксирована информация, о том, что портал «МегаФон Игры» является самым лучшим игровым порталом среди других игровых порталов, содержащим самый лучший игровой контент по сравнению с другими игровыми порталами путем использования выражений:

«Пользователям портала МегаФон Игры теперь доступны эксклюзивные наборы для популярных шутеров и онлайн-игр, которые дают дополнительные преимущества в игре»,

«Оружейная серия «Импульс» для опытных игроков представлена эксклюзивно для пользователей сервиса МегаФона»,

«Портал МегаФон Игры предлагает абонентам доступ к лучшему игровому контенту с удобным процессом авторизации и возможностью оплаты услуг со счета мобильного телефона».

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы России по Свердловской области (далее - УФАС), где находится жалоба потребителя на распространение указанной выше информации, которая, по его мнению, является недостоверной рекламой и нарушает требования п.1 ч.3 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе).

Отклик

Позиция рекламодателя не запрашивалась.

Оценка экспертов

Для вынесения объективного решения по данному вопросу СРО по просьбе УФАС осуществило оценку соответствия данной рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, нормам, изложенным в в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП).

Изучив материалы из обращения УФАС, эксперты высказались следующим образом:

Вопрос № 1. Содержат ли использованные в рекламе выражения «Пользователям портала МегаФон Игры теперь доступны эксклюзивные наборы для популярных шутеров и онлайн-игр, которые дают дополнительные преимущества в игре», «Оружейная серия «Импульс» для опытных игроков представлена эксклюзивно для пользователей сервиса МегаФона», «Портал МегаФон Игры предлагает абонентам доступ к лучшему игровому контенту с удобным процессом авторизации и возможностью оплаты услуг со счета мобильного телефона» какие-либо сравнительные характеристики?

Эксперты единогласно ответили — ДА.

Вопрос № 2. Относятся ли данные характеристики к объекту рекламирования - услугам Портала МегаФон Игры?

Эксперты большинством голосов ответили ДА. Лишь 1 эксперт ответил - НЕТ.

Вопрос 3: Содержит ли рассматриваемая реклама признаки нарушения п.1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, а именно: "содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами"?

Эксперты большинством голосов ответили ДА, 4 эксперта ответили — НЕТ (40%).

Вопрос № 4. Имеются ли в рассматриваемом случае иные нарушения Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, 4 эксперта ответили — ДА (40%).

Вопрос № 5. Имеются ли в рассматриваемой рекламе нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?

Эксперты большинством голосов ответили ДА, 3 эксперта ответили — НЕТ (30%).

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом:

1. Прежде всего необходимо установить подпадание спорного материала под действие Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе». Признаками, указывающими на рекламный характер заметки, являются: наличие исключительно позитивных характеристик услуг МегаФона, наличие «маркеров», привлекающих внимание, формирующих интерес и способствующих продвижению на рынке этих услуг («международный бренд», «эксклюзивные наборы», «современное оружие», «значительные скидки», «больше возможностей» и т.п., в среднем по одному привлекающему внимание обороту на одну фразу), прямая ссылка на портал МегаФон Игры, представленность и явная выраженность только одной точки зрения, подкрепленной двумя цитатами, отсутствие сравнений с аналогичными услугами других субъектов, отсутствие мнения независимых аналитиков. Таким образом, спорный материал не соответствует признакам журналистских жанров, но в полной мере отвечает признакам рекламы.

2. Объектом рекламирования являются услуги ПАО «МегаФон». Однако способом продвижения в данном случае является указание на игровые наборы, которые можно

приобрести на специализированном портале МегаФона. Поэтому характеристики игровых наборов, данные в рекламе, одновременно относятся и к рекламируемым услугам.

3. Термин «эксклюзивность» означает исключительность. По приведенным данным невозможно судить, являются ли предоставляемые МегаФоном услуги эксклюзивными, поскольку нет сведений о заключении/незаключении аналогичных договоров иными субъектами. Этот факт подлежит проверке, так же как и факт возможности купить игровые наборы «со значительными скидками» и проч. Однако отсутствие каких-либо подтверждающих эти утверждения сведений в спорном материале само по себе не является нарушением.

4. В соответствии с постановлением Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации № 58 от 08.10.2012 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона “О рекламе”» «использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение. Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной...». Таким образом, фраза «Портал МегаФон Игры предлагает абонентам доступ к лучшему игровому контенту...» без указания критерия сравнения содержит признаки правонарушения.

5. Кроме того, материал «Южноуральцам предложили новые возможности игрового сервиса» представлен как информационный материал РИА «Новый день». Об этом свидетельствуют стандартное для новостных сообщений оформление материала, подпись «Павел Заварзин», стоящая под многими новостными материалами агентства, предложение написать Павлу письма и копирайт РИА «Новый день». Отметки о рекламном характере материала, которая в данном случае может иметь любой вид, нет. Следовательно, нарушена ст. 7 Кодекса рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП: «Когда реклама, включая нативную рекламу, появляется в новостном или редакционном материале, она должна быть представлена таким образом, чтобы ее можно было легко распознать как рекламу и в соответствующих случаях обозначить как таковую».

Особое мнение

От отдельных экспертов поступили особые мнения о том, что в части использования фраз «эксклюзивные наборы», «эксклюзивно для пользователей Мегафона»: слово «эксклюзивно» употреблено в значении «исключительно», и в статье указано, по какой причине на портале МегафонИгры появилась такая особенность – по причине партнерства с MY.GAMES. Следовательно имеется указание на некоторые преимущества (снаряжение, оружейная серия «Импульс»).

В части использования фраз «лучший игровой контент»: перечислены игры Diablo (Ретроспективные обзоры называют Diablo одной из «лучших игр всех времен». Game Informer поместил её на 20 место в списке «100 лучших ролевых игр всех времен». - Википедия), Overwatch (Overwatch получила премию BAFTA в области игр 2017 года в номинации «Multiplayer», в 2018 году — в номинации «Evolving Game». - Википедия), World of Warcraft – (в 2008 году Книга рекордов Гиннеса назвала World of Warcraft самой популярной MMORPG в мире с числом подписчиков свыше 10 млн человек- Википедия). В части облачных игр

перечислены классические игры, которые, в принципе, известны даже не геймеру, отмечены наградами как лучшие в каком-то роде. Поэтому нарушения не усматриваются.

Кроме того, эксперты предположили, что в такой ситуации в свете отсутствия доказательств недостоверности рекламы или некорректного сравнения с другими участниками рынка не представляется возможным признать рекламу ненадлежащей, потому что для того, чтобы подтвердить или опровергнуть характеристики товара/услуги, описанные в рекламном материале, необходима дополнительная экспертиза рынка онлайн-игр. В целом, использование в рекламе определений "эксклюзивные", "уникальные" и т.д. из-за бедности активного словаря копирайтеров стало настолько обыденными и частым явлением, что буквально - как превосходство - давно не воспринимается.

В части утверждения об эксклюзивности контента на данный момент у экспертов отсутствуют доказательства недостоверности этой информации, что позволяет презюмировать, что у рекламодателя действительно заключены эксклюзивные договоры с владельцами игр. Что касается утверждения о лучшем игровом контенте, данная характеристика относится не к самому рекламодателю, а к играм, которые размещены на портале, доказательств недостоверности этой информации не представлено.

Решение

1. Выявлены нарушения положений, предусмотренных п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».
2. Выявлены нарушения ст. 7 Кодекса рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП.
3. Рекомендовать УФАС направить запрос рекламодателю о представлении документальных доказательств возможности использования в данной рекламе вышеуказанных сравнительных характеристик, а также о заключении эксклюзивных договоров с владельцами игр.

