

109147, г. Москва,  
ул. Марксистская, д. 4

ЗАО «Медиа Сервис-ВИ»

121359, г. Москва,  
ул. Академика Павлова, д. 25

ОАО «Первый канал»

127000, г. Москва,  
ул. Академика Королева, д. 19

127000, г. Москва,  
ул. Академика Королева, д. 12

ООО «Евросеть-Ритейл»

125284, г. Москва,  
ул. Беговая, д. 3, стр. 1, эт. 36

## **РЕШЕНИЕ**

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «28» апреля 2016 года.

В полном объеме решение изготовлено «19» мая 2016 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России) в составе:

председателя Комиссии – Н.В. Орлова,

членов Комиссии – П.В. Олейника, Н.С. Уваровой,

рассмотрев дело № 3-5-19/77-16, возбужденное в отношении ПАО «МТС» по факту распространения в период с 02.11.2015 по 06.12.2015 на телеканале «Первый канал» рекламы сети салонов «МТС», содержащей, в том числе, фразу *«Сколько бы вы не искали, у нас все равно лучшие цены на смартфоны»*, с признаками нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38 ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара (услуги) перед находящимися в обороте товарами (услугами), которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами,

в присутствии представителей ПАО «МТС» в лице Андросовой Н.В. (по доверенности № 0035/15 от 25.05.2015), Лукашовой С.А. (по доверенности № 0141/15 от 17.07.2015), Ярулиной М.А. (по доверенности № 7836395 от 07.12.2015); представителей ООО «Евросеть-Ритейл» в лице Симакина А.А. (по доверенности № 42А/2015 от 01.11.1016), Растриженковой Н.В. (по доверенности № 25/2016 от 30.03.2016),

#### УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-19/77-16 возбуждено в отношении ПАО «МТС» на основании обращения ООО «Евросеть-Ритейл» (вх. № 44163 от 01.12.2016) по факту распространения в период с 02.11.2015 по 06.12.2015 на телеканале «Первый канал» рекламы сети салонов «МТС», содержащей, в том числе, фразу *«Сколько бы вы не искали, у нас все равно лучшие цены на смартфоны»*.

В рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара (услуги) перед находящимися в обороте товарами (услугами), которые произведены другими изготовителями или реализуются другими

продавцами.

28.04.2016 перед началом рассмотрения дела по существу, ООО «Евросеть-Ритейл» заявлены ходатайство о проведении экспертизы по делу на определение смартфонов-аналогов, из состава которых необходимо определить «лучшую цену» и ходатайство об отложении рассмотрения дела в связи с проведением такой экспертизы.

ПАО «МТС» заявлено возражение на ходатайства ООО «Евросеть-Ритейл» о проведении экспертизы и отложении рассмотрения дела по существу.

Комиссия Московского УФАС России, оценив полноту имеющихся в материалах дела документов и сведений, а также целесообразность проведения экспертизы, решила ходатайство ООО «Евросеть-Ритейл» о проведении экспертизы отклонить в связи с наличием в материалах дела достаточного количества необходимых доказательств; ходатайство ООО «Евросеть-Ритейл» об отложении дела с целью проведения экспертизы отклонить.

Экспертиза по делу назначается в случае, если необходимо установить какие-либо обстоятельства с применением специальных знаний в узко направленной области. По мнению Комиссии Московского УФАС России, заключение по предложенным ООО «Евросеть-Ритейл» вопросам для экспертизы не могут существенным образом повлиять на рассмотрение дела, отложение рассмотрения дела не будет направлено на выяснение каких-либо новых значимых фактов, применение специальных знаний в данном случае не требуется, а следовательно назначение экспертизы повлечет лишь затягивание процесса рассмотрения дела по существу.

Таким образом, не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, выслушав доводы представителей ПАО «МТС», ООО «Евросеть-Ритейл», оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

ПАО «МТС» (адрес: 109147, г. Москва, ул. Марксистская, д. 4) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 22.08.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027700149124, ИНН 7740000076, КПП 770901001.

ЗАО «Медиа Сервис-ВИ» (адрес: 121359, г. Москва, ул. Академика Павлова, д. 25) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 06.08.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027700095675, ИНН 7723141052, КПП 773101001.

ОАО «Первый канал» (адрес: 121359, г. Москва, ул. Академика Павлова, д. 19) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 16.09.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027700222330, ИНН 7717039300, КПП 771701001.

ООО «Евросеть-Ритейл» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 20.09.2005 за основным государственным регистрационным номером 1057748288850, ИНН 7714617793, КПП 771401001.

На телеканале «Первый канал» в период с 02.11.2015 по 06.12.2015 распространялась реклама сети салонов «МТС», содержащая, в том числе, фразу *«Сколько бы вы не искали, у нас все равно лучшие цены на смартфоны»*.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, под рекламой понимается информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Реклама размещалась на телеканале «Первый канал», который зарегистрирован в качестве средства массовой информации, что подтверждается Свидетельством Эл № ФС 77 - 50252 от 07.06.2012. В соответствии с вышеуказанным Свидетельством территорией распространения является Российская Федерация и зарубежные страны.

Таким образом, установлено, что место и способ распространения рассматриваемой рекламы являются общедоступными для неопределенного круга лиц-потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по территории распространения и кругу лиц-потребителей рекламы Комиссией Московского УФАС России не установлено.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, под объектом рекламирования понимается товар, средство индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым

направлена реклама.

В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе, товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Спорная реклама содержит в себе следующие сведения: *«Ты выбрал свой путь и прошел через многое. Каждый метр ты задавался вопросом, остановиться или двигаться дальше. И лишь в конце пути ты осознал: зря только бегал. Сколько бы вы не искали, у нас все равно лучшие цены на смартфоны. Например, ALCATEL ONETOUCH IDOL 3/MTS Spring 4G/Samsung Galaxy S5/Samsung Galaxy S6 всего за 9 990/ 3 990/22 990/37 990 рублей. В МТС выгодно. МТС. Ты знаешь, что можешь».*

Данный текст произносится на фоне видеоряда и сопровождается мелким шрифтом в нижней части экрана (дисклеймером): *«в период с 01.11.2015 по 31.12.2015 в салонах МТС (ЗАО «РТК», ОГРН 1027739165662, 109147, Москва, ул. Воронцовская, д. 5, стр. 2) цены на ряд смартфонов предельно снижены по сравнению с максимальными ценами на них в салонах МТС (ЗАО «РТК» и на сайте shop.mts.ru с начала их продаж. Это позволяет считать акционные цены лучшими ценами в салонах МТС. Предложение распространяется на ряд смартфонов. Полный перечень смартфонов, участвующих в акции, их акционную стоимость, а также максимальную цену, установленную ЗАО «РТК» на акционные смартфоны, можно уточнить у продавцов-консультантов салонов МТС и на shop.mts.ru (18+). Максимальная цена на ALCATEL ONETOUCH IDOL 3 (4,7) 16.09.2015 была 13 990 руб. Количество акционных смартфонов ограничено. Организатор акции — ЗАО «РТК». Изображение товара может отличаться от действительного. IDOL=Айдол»* (для примера приведен только один вариант дисклеймера из рекламного ролика).

Таким образом, в трех рекламных роликах, входивших в рассматриваемую рекламную кампанию, упоминались четыре модели смартфонов: ALCATEL ONETOUCH IDOL 3 по цене 9 990 рублей; MTS Spring 4G за 3 990 рублей; Samsung Galaxy S5 за 22 990 рублей; Samsung Galaxy S6 за 37 990 рублей.

В настоящем случае, исходя из комплексного восприятия рекламы, объектами рекламирования выступают сеть магазинов МТС и ее деятельность, некоторые модели смартфонов, упоминающиеся в рекламных роликах рассматриваемой рекламной кампании в частности, а также вся продукция, продаваемая в салонах МТС в целом.

На основании изложенного, спорное информационное сообщение является рекламой. Данный факт лицами, участвующими в деле, не

оспаривается.

Согласно части 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно пункту 29 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее — Постановление Пленума ВАС РФ № 58), информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В связи с этим 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 как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

В рассматриваемой рекламе в отношении цен в салонах МТС используется определение «лучшие». Учитывая специфику направленности на потребителя, очевидным выступает тот факт, что лучшими являются самые низкие цены. Что в данной рекламе использовался именно данный контекст слова «лучшие», подтверждается дисклеймером, выполненным мелким шрифтом и текст которого приведен выше. Таким образом, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, что в рассматриваемой рекламе содержится утверждение о том, что в салонах МТС самые низкие цены на смартфоны.

Утверждение о том, что в салонах МТС лучшие цены на смартфоны, в соответствии с Постановлением Пленума ВАС РФ № 58, должно сопровождаться сноской с подтверждением такого утверждения.

Согласно пункту 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах

практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», если в рекламе информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования.

В данном случае дисклеймер, сопровождавший аудиотекст, очевидно был выведен из зоны внимания потребителя. Привлекательная для потребителя информация выделена голосом, произносится вслух, на ней делается акцент. В то же время обоснование, почему цены в салонах МТС являются лучшими, выполнено мелким шрифтом, расположенным в нижней части экрана, и не воспринимается потребителем в силу скорости воспроизведения рекламного видеоролика.

Таким образом, информация о том, что «лучшими» цены в салонах МТС считаются в связи с тем, что они максимально снижены по сравнению с предыдущими периодами времени, выведена из зоны внимания лиц-потребителей рекламы.

Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что такая информация в рекламе отсутствовала, так как в силу способа ее распространения не была доступна лицам-потребителям рекламы. Следовательно, из буквального текста рекламного ролика, а также из его восприятия в совокупности в видеорядом, следует, что цены в салонах МТС сравниваются с ценами в других магазинах.

ПАО «МТС» особо отмечено, что спорная реклама не касалась никаких иных смартфонов, кроме как упоминающихся в четырех видах рекламных роликов моделей, а именно: ALGATEL ONETOUCH IDOL 3 по цене 9 990 рублей; MTS Spring 4G за 3 990 рублей; Samsung Galaxy S5 за 22 990 рублей; Samsung Galaxy S6 за 37 990 рублей.

Формулировка используемого в рекламном ролике слогана «Сколько бы вы не искали, у нас все равно лучшие цены на смартфоны» несет в себе определенный посыл для лиц-потребителей рекламы. В данной фразе не упоминаются модели, при произнесении данной фразы на экран не выводятся никакие надписи о конкретных моделях и т. п. Произнесенная же в дальнейшем фраза «Например, ALGATEL ONETOUCH IDOL 3/MTS Spring 4G/Samsung Galaxy S5/Samsung Galaxy S6 всего за 9 990/ 3 990/22 990/37 990 рублей. В МТС выгодно!», по мнению Комиссии Московского УФАС России, является лишь иллюстрирующими предыдущий слоган примерами. Исходя из совокупности произнесенных фраз и видеоряда не создается впечатления, что в рекламе имеются в виду «лучшими» только цены на определенные модели, а представляется, что определение «лучшие» в целом относится ко всем ценам на смартфоны в салонах МТС.

Таким образом Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, что, учитывая контекст рекламы, а также ее комплексное восприятие, в рассматриваемых рекламных роликах сравниваются цены не на конкретные модели смартфонов, а вообще все цены на все смартфоны, которые можно приобрести в салонах МТС (а также на сайте в Интернет-магазине), с ценами в других в магазинах.

Между тем, для всестороннего и полного рассмотрения дела, а также в целях установить, соответствовало ли данное утверждение относительно определенных моделей смартфонов действительности на момент распространения рекламы, Московским УФАС России был направлен ряд запросов распространителям мобильных устройств.

Исходя из представленных в материалы дела документов и сведений, Комиссией Московского УФАС России установлено, что в ряде магазинов, в том числе в сети Интернет, цены в период с 02.11.2015 по 06.12.2015 на модели смартфонов, упоминавшихся в рассматриваемой рекламной кампании МТС, не превышали цены за тот же период в салонах МТС. Таким образом, даже на упоминающиеся в рекламе модели мобильных устройств цены в салонах МТС не были самыми низкими, что свидетельствует о недостоверности сведений о преимуществах салонов МТС перед другими магазинами.

ПАО «МТС» обратило внимание Комиссии, что в своих запросах о ценах на отдельные модели смартфонов Комиссия неточно указала дату распространения рекламы и в связи с этим ряд представленных сведений не имеет правового значения в рамках настоящего дела.

В отношении данного довода Комиссия указывает, что в данных запросах запрошена информация о ценах за период времени с 01.08.2015 по 31.12.2015. Спорная реклама распространялась на телеканале «Первый канал» с 02.11.2015 по 06.12.2015, что подтверждается представленными сведениями как ПАО «МТС», так и ЗАО «Медиа Сервис-ВИ». Данный период времени включен в период времени, указанный в запросе, а следовательно Комиссией была получена необходимая для рассмотрения дела информация. Сведения о ценах за пределами сроков распространения рекламы Комиссией Московского УФАС России при принятии решения не учитывались. Таким образом, указание более длительного срока в запросе не может повлечь за собой неверные выводы, а следовательно приведенный ПАО «МТС» довод подлежит отклонению.

Также ПАО «МТС» отметило, что подтверждением добросовестности Общества и того факта, что при использовании в рассматриваемой рекламе слогана *«Сколько бы вы не искали, у нас все равно лучшие цены на смартфоны»* не было умысла введения потребителей в заблуждение относительно преимуществ салонов МТС перед другими магазинами, является то, что аналогичная реклама, распространяемая в сети Интернет, а также на радио содержала сообщение о сравнении цен со своими же. Кроме того, ПАО «МТС» заявлено, что в связи с вышесказанным, предметом рассмотрения в данном деле может являться только теле-реклама.

Комиссия Московского УФАС России не может принять данный довод во внимание в связи со следующим.

Поводом для возбуждения рассматриваемого дела явилось обращение ООО «Евросеть-Ритейл» в отношении видеороликов рекламы салонов МТС; дело возбуждено по факту распространения этих роликов на телеканале «Первый канал» в период с 02.11.2015 по 06.12.2015. Реклама, распространяемая ПАО «МТС» иными способами, в том числе по радио или в сети Интернет, и до указания на то Обществом, не являлась предметом рассмотрения по данному делу.

Таким образом, Комиссия особенно указывает: не может рассматриваться подтверждением добросовестности Общества тот факт, что в других его рекламных макетах соблюдены требования Закона о рекламе. Как и не могло бы свидетельствовать о наличии признаков нарушения в какой-либо рекламе то, что подобные (либо иного рода) нарушения содержатся в других рекламных материалах данного лица.

Также Комиссия отмечает, что в рекламе, распространяемой по радио, информация о том, что цены в салонах МТС лучшие, и о том, что лучшие они по причине максимального их снижения относительно более ранних периодов времени, произносится вслух, нет особенного выделения каким-либо способом, а следовательно необходимая



информация не выведена из зоны внимания потребителей рекламы и не может считаться отсутствующей либо ввести в заблуждение.

В отношении представленных иными распространителями информации о ценах на модели смартфонов ALCATEL ONETOUCH IDOL 3; MTS Spring 4G; Samsung Galaxy S5; Samsung Galaxy S6 ПАО «МТС» пояснено следующее.

По мнению Общества, не могут рассматриваться как доказательства недостоверности содержащейся в рекламе информации о дешевизне цен на смартфоны в салонах МТС представленные на запрос Комиссии сведения, так как в рассматриваемой рекламе рекламировались определенные модели смартфонов, а сведения другими распространителями представлены по другим моделям. То есть каждая модификация мобильного устройства, по утверждению ПАО «МТС», индивидуализирована некоторым сочетанием буквенных и цифровых символов, а также некоторые мобильные устройства имеют различные технические характеристики (например, наличие возможности использовать две сим-карты), а следовательно разную цену. И представленные иными распространителями сведения о ценах касаются преимущественно других моделей смартфонов, а некоторые цены относятся к моделям смартфонов с разными характеристиками.

Так, например, в спорной рекламе шла речь об ALCATEL OT6039Y IDOL 3, тогда как ООО «Юлмарт РСК» представил информацию о цене на ALCATEL OT6045Y IDOL 3, при этом цена на указанные модели существенно различается.

На вопрос Комиссии, где из рассматриваемой рекламы следует, что рекламируется конкретная модификация, представителем ПАО «МТС» заявлено, что Общество рекламирует самую ходовую стандартную модель.

Комиссией Московского УФАС России данный довод Общества не принят во внимание в связи со следующим.

В спорной рекламе содержится определенная совокупность критериев, по которым индивидуализируется мобильное устройство, а именно указаны конкретные модели: ALCATEL ONETOUCH IDOL 3; MTS Spring 4G; Samsung Galaxy S5; Samsung Galaxy S6. Иных дополнительных сведений о разновидности (как например, сочетания буквенных и цифровых символов, дополнительных технических характеристик) модификаций моделей мобильных устройств в рекламе не содержится. В связи с чем у потребителя рекламы нет возможности с точностью определить, какая модификация модели рекламировалась в данном конкретном случае. Кроме того, установить из рекламы, что рекламируется самая популярная стандартная модель, также невозможно.

Также ПАО «МТС» отмечено, что цены некоторыми распространителями, которым Комиссией были сделаны запросы, были снижены после запуска рекламной кампании МТС и на момент запуска такой кампании соответствовали действительности. Таким образом, недостоверность указания на то, что цены в салонах МТС ниже, чем в других магазинах является следствием недобросовестных действий конкурентов по снижению цен вслед за салонами МТС.

Комиссия не может принять данный довод во внимание в связи с тем, что, заказывая определенную рекламную кампанию рекламодатель берет на себя ответственность за соответствие сведений, сообщаемых в такой рекламе действительности в течение всего периода ее распространения, а не только при старте рекламной кампании. В случае,

если во время распространения рекламы изложенная в ней информация перестала быть достоверной, рекламодателю следует прекратить ее распространение совсем либо до устранения обстоятельств послуживших причиной несоответствия рекламы действительности. В данном случае распространение рекламы не прекращалось в связи со снижением цен другими распространителями, а следовательно ПАО «МТС» не были выполнены все зависящие от него действия для предотвращения нарушения законодательства о рекламе.

Об указанном фактически свидетельствуют и положения абзаца «2» пункта 5 Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе».

Кроме того, представителем ПАО «МТС» заявлено, что в случае, если в рекламном ролике не читается дисклеймер, то квалифицировать нарушение стоит по части 7 статьи 5 Закона о рекламе (отсутствие части существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы).

Однако Комиссия не может принять во внимание данный довод Общества в связи со следующим.

Учитывая нечитаемость изложенной в дисклеймере информации, до лиц потребителей рекламы не доводится тот факт, что лучшими в рекламе называются цены в связи с их максимальным снижением по сравнению с предшествующим периодом продаж. В связи с этим такая информация считается Комиссией отсутствующей в рекламе, а следовательно сравнение проводится с ценами других распространителей смартфонов. Как установлено Комиссией, цены в салонах МТС не были самыми низкими, а следовательно лучшими. В связи с этим спорная реклама содержит несоответствующие действительности сведения о преимуществах салонов МТС перед другими распространителями. Таким образом квалификация правонарушения по пункту 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе рассматривается Комиссией как верная.

На основании вышеизложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о наличии в рекламе, распространявшейся в период с 02.11.2015 по 06.12.2015 на телеканале «Первый канал», факта нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, в соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

В соответствии с представленными в адрес Московского УФАС России документами и сведениями, спорная реклама распространялась ОАО «Первый канал» на телеканале «Первый канал» в период 02.11.2015 по 06.12.2015 в рамках договора № РИСВ-131226-0001 от 26.12.2013, заключенного между агентом ОАО «Первый канал» - ЗАО «Медиа Сервис — ВИ» и рекламодателем — ОАО «МТС» (в настоящее время — ПАО «МТС»). ПАО «МТС» не отрицает тот факт, что Общество является рекламодателем спорной рекламы.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях ПАО «МТС» как рекламодателя спорной рекламы при распространении в период с 02.11.2015 по 06.12.2015 на телеканале «Первый канал» рекламы сети салонов «МТС», содержащей, в том числе, фразу «Сколько бы вы не искали, у нас все равно лучшие цены на смартфоны», установлено нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пусть и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

ПАО «МТС» на заседании Комиссии представлена информация о прекращении Обществом распространении спорной рекламы.

Документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы другими лицами, участвующими в деле, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на основании которых рассматриваемая реклама размещалась, в дело не представлено.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, не является мерой ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ЗАО «Медиа Сервис-ВИ», ОАО «Первый канал» предписания о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России

#### РЕШИЛА:

1. Ходатайства ООО «Евросеть-Ритейл» о проведении экспертизы, об отложении рассмотрения дела для проведения экспертизы отклонить.

2. Признать ПАО «МТС» нарушившим пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе в связи с распространением Обществом в период с 02.11.2015 по 06.12.2015 на телеканале «Первый канал» ненадлежащей рекламы сети салонов «МТС» с использованием, в том числе фразы: *«Сколько бы вы не искали, у нас все равно лучшие цены на смартфоны»*, содержащей не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара (услуги) перед находящимися в обороте товарами (услугами), которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

3. Выдать ЗАО «Медиа Сервис-ВИ», ОАО «Первый канал» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии

Н.В. Орлов

Члены Комиссии

П.В. Олейник

Н.С. Уварова