

ПАО «МТС»

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

ООО «Глобал Медиа Соллюшенс»

117393, г. Москва,  
ул. Профсоюзная, д. 78, стр. 1

АО «РБК-ТВ»

117393, г. Москва,  
ул. Профсоюзная, д. 78, стр. 1

## РЕШЕНИЕ

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «12» апреля 2016 года.  
В полном объеме решение изготовлено «24» 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 – И.С. Гудковой,

членов Комиссии – П.В. Олейника, Н.С. Уваровой, Е.А. Романовой,

рассмотрев дело № 3-5-49/77-16, возбужденное в отношении ПАО «МТС» по факту распространения на телеканале «РБК-ТВ» рекламы следующего содержания: *«Каждая услуга от МТС открывает новые возможности для бизнеса. Защищенный Интернет обеспечил компании «Аэрофлот» бесперебойную передачу данных о состоянии самолета от специалиста к диспетчеру, что позволяет компании обслуживать значительно большее количество рейсов без задержек. А благодаря 4G Интернету от МТС корреспонденты ТАСС молниеносно передают материалы из любой точки страны в редакцию, что позволяет ТАСС оставаться ведущим агентством в информационном поле страны. МТС - № 1 для Вашего бизнеса»*. При этом фраза «МТС - № 1 для Вашего бизнеса» сопровождается следующим текстом, расположенным внизу экрана: *«Информация «№ 1 для Вашего бизнеса» основана на данных исследования компании ООО «ТМТ Консалтинг», проведенного в мае — июле 2015 г., ПАО «МТС» является лидером корпоративного рынка по объему выручки среди операторов мобильной связи России по итогам 2014 года»*, с признаками нарушения пункта 2 части 3 статьи 5, части 7 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 любых характеристиках товара, в том числе о его

потребительских свойствах, а также 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,

в присутствии представителей ПАО «МТС» в лице Андросовой Н.В. (по доверенности № 0035/15 от 25.05.2015), Ярулиной М.А. (по доверенности № 7836395 от 07.12.2015), представителя АО «РБК-ТВ» (доверенность № 135/16/ТВ» от 04.04.2016), ООО «Глобал Медиа Солюшенс» (доверенность № 135/16/гмс» от 04.04.2016) в лице Гудкова А.В.,

#### УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-49/77-16 возбуждено в отношении ПАО «МТС» после изучения материалов, выявленных в ходе проведения административных процедур на основании обращения физического лица о распространении рекламы «4G Интернет от МТС». Установлено, что реклама «4G Интернет от МТС» с признаками нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе распространялась, в том числе, на телеканале «РБК-ТВ» в январе 2016 года.

В рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения пункта 2 части 3, части 7 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его потребительских свойствах, а также 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.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, выслушав доводы представителей ПАО «МТС», ООО «Глобал Медиа Солюшенс», АО «РБК-ТВ», 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.

ООО «Глобал Медиа Солюшенс» (117393, г. Москва, ул. Профсоюзная, д. 78, стр. 1) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 23.10.2007 за основным государственным регистрационным номером 1077761638833, ИНН 7709762467, КПП 772801001.

АО «РБК-ТВ» (117393, г. Москва, ул. Профсоюзная, д. 78, стр. 1) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 10.09.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027700202683, ИНН 7736222260, КПП 772801001.

В ходе проведенной работы, а также на основании сведений и материалов, представленных сторонами по настоящему делу, Комиссией Московского УФАС России установлено, что на телеканале «РБК-ТВ» в период с 18.01.2016 по 31.01.2016 распространялась реклама следующего содержания: «Каждая услуга от МТС

*открывает новые возможности для бизнеса. Защищенный Интернет обеспечил компании «Аэрофлот» бесперебойную передачу данных о состоянии самолета от специалиста к диспетчеру, что позволяет компании обслуживать значительно большее количество рейсов без задержек. А благодаря 4G Интернету от МТС корреспонденты ТАСС молниеносно передают материалы из любой точки страны в редакцию, что позволяет ТАСС оставаться ведущим агентством в информационном поле страны. МТС - № 1 для Вашего бизнеса». При этом фраза «МТС - № 1 для Вашего бизнеса» сопровождается следующим текстом, расположенным внизу экрана: «Информация «№ 1 для Вашего бизнеса» основана на данных исследования компании ООО «ТМТ Консалтинг», проведенного в мае — июле 2015 г., ПАО «МТС» является лидером корпоративного рынка по объему выручки среди операторов мобильной связи России по итогам 2014 года».*

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, в том числе, на телеканале «РБК-ТВ», который зарегистрирован в качестве средства массовой информации, что подтверждается Свидетельством Эл № ФС 77-48829 от 02.03.2012. В соответствии с вышеуказанным Свидетельством территорией распространения является Российская Федерация и зарубежные страны.

Таким образом, установлено, что место и способ распространения рассматриваемой рекламы является общедоступным 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.

В настоящем случае, исходя из комплексного восприятия рекламы, объектом рекламирования выступают услуги, оказываемые ПАО «МТС», в частности - по предоставлению доступа к 4G Интернету.

На основании изложенного, спорная информация 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 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

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 рассматриваемой рекламе в отношении 4G Интернета используется следующая фраза: *«...А благодаря 4G Интернету от МТС корреспонденты ТАСС молниеносно передают материалы из любой точки страны в редакцию, что позволяет ТАСС оставаться ведущим агентством в информационном поле страны...»*. Из буквального толкования используемой в рекламе фразы у потребителя создается впечатление о том, что доступ к 4G Интернету предоставляется ПАО «МТС» в любой точке страны. Однако данные сведения не соответствуют действительности, 4G Интернет не покрывает без исключения все территорию Российской Федерации, что не отрицается ПАО «МТС».

Однако в отношении использования в рекламе рассматриваемой формулировки, ПАО «МТС» пояснило, что по мнению Общества, фраза «из любой точки страны» имеет смысловую привязку не к территории оказания интернет-услуг 4G, а к месту нахождения материалов и корреспондента информационного агентства ТАСС. Иными словами рекламный текст, по утверждению ПАО «МТС», несет в себе лишь тот информационный смысл, что если потребитель услуг находится в зоне действия 4G Интернета от МТС, то передача данных будет осуществляться максимально быстро, молниеносно.

При этом, свою позицию ПАО «МТС» обосновывает с помощью построения логической цепочки. Так, по утверждению Общества, умозаключение о покрытии 4G Интернетом от МТС все территории Российской Федерации носит вероятностный характер исходя из того, что корреспонденты ТАСС могут находиться в любой точке страны и отправлять из нее молниеносно любые материалы.

По мнению Комиссии, не может считаться обоснованием позиции ПАО «МТС» довод о том, что смысл данной рекламы заключался в том, что корреспондент ТАСС может отправлять материалы из любой точки страны, но только той, которую покрывает 4G Интернет от МТС.

Как верно указано ПАО «МТС», в силу специфики своей деятельности корреспонденты ТАСС могут находиться в любой точке Российской Федерации. В рекламе четко заявлено, что при этом они могут молниеносно отправлять из места своего нахождения любой материал в редакцию благодаря 4G Интернету от МТС. То есть в рекламе содержится прямое утверждение о покрытии 4G Интернетом от МТС всей территории страны без исключения.

Таким образом, из фразы: «...А благодаря 4G Интернету от МТС корреспонденты ТАСС молниеносно передают материалы из любой точки страны в редакцию, что позволяет ТАСС оставаться ведущим агентством в информационном поле страны...», следует, что именно покрытие 4G Интернетом от МТС все территории Российской Федерации обеспечивает корреспондентам ТАСС возможность передавать информацию из любой ее точки и благодаря этому оставаться ведущим информационным агентством.

Также, Комиссия Московского УФАС России не может принять во внимание указанные доводы ПАО «МТС» в связи с тем, что в рассматриваемом случае необходимо исходить из впечатления, производимого рекламой на неопределенный круг лиц, на привлечение внимания которого она направлена, а не из выводов, сделанных посредством логических операций. Реклама воспринимается потребителем в соей целостности и единстве и не рассматривается как совокупность посылок и вывода. Кроме того, сделанный ПАО «МТС» вывод, по мнению Комиссии, не является верным, так как строится на посылках явно не озвученных в рассматриваемой рекламе, а равно не имеющих возможность служить основанием для какого-либо умозаключения.

Как указано в заявлении, поступившем в Московское УФАС России (вх. № 48003 от 22.12.2016), в рассматриваемой фразе заявитель увидел прямое утверждение о возможности использовать 4G Интернет от МТС в любой точке страны. Вопрос о понимании рекламы носит субъективно-оценочный характер, который основан на восприятии данной информации каждым индивидуумом в отдельности. Представляется очевидным, что восприятие одной и той же информации разными людьми может отличаться в зависимости от личностных характеристик субъекта (возраста, образования, воспитания, семейных устоев, места проживания и прочее).

По мнению специалистов Московского УФАС России, для признания рекламы содержащей определенный контекст не требуется получение единогласного мнения или мнения абсолютного большинства потребителей рекламы, достаточно установить наличие даже одного лица, воспринимающего рекламу определенным образом.

ПАО «МТС» также отмечает, что оказывает услуги подвижной радиотелефонной связи с использованием радиоэлектронных средств стандарта LTE и последующих его модификаций на все территории Российской Федерации согласно Лицензии № 101247 от 25.07.2012, и это не подразумевает присутствие 4G Интернета в любой точке страны.

Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что соответствие деятельности ПАО «МТС» лицензионным требованиям не относится к предмету ведения федеральной антимонопольной службы и не должно рассматриваться в рамках данного дела, так как Комиссия должна оценивать рекламу в контексте ее восприятия потребителями.

Как указывалось выше, спорная реклама направлена на привлечение внимания к услугам МТС неопределенного круга лиц. Требования Закона о рекламе к содержащейся в рекламе информации направлены, в первую очередь, на соблюдение прав и интересов широкого круга лиц-потребителей рекламы. Очевидным является тот факт, что при создании такой рекламы должно учитываться ее восприятие лицами, которые в своем большинстве не являются специалистами в области лицензионных требований к услугам подвижной радиотелефонной связи с использованием радиоэлектронных средств стандарта LTE. Следовательно, использованная в рекламе

фраза воспринимается ими в ее непосредственном прямом контексте, а не с поправками на требование лицензии.

Довод ПАО «МТС» об увеличении числа действующих радиоэлектронных средств (РЭС) четвертого поколения также не принят Московским УФАС во внимание в связи тем, что увеличение количества РЭС не свидетельствует о покрытии 4G Интернетом все территории Российской Федерации без исключения и, по сути, не относятся к существу рассмотрения нестоящего дела.

Таким образом, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, что, учитывая контекст рекламы, а также ее комплексное восприятие, в рассматриваемом рекламном ролике содержится утверждение о покрытии 4G Интернетом от МТС все территории Российской Федерации.

В отношении признаков нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы, 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, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

Содержащийся в рассматриваемой рекламе слоган: *«МТС - № 1 для Вашего бизнеса»*. В соответствии с Постановлением Пленума ВАС РФ № 58, подобная фраза должна сопровождаться сноской с подтверждением такого утверждения. В данном случае в рекламе содержится ссылка на исследования компании ООО «ТМТ Консалтинг», проведенного в мае-июле 2015 года.

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. Так привлекательная для потребителя информация выделена голосом, произносится вслух, а также на ней делается акцент путем ее размещения на красном фоне в центре экрана. В тоже время обоснование, почему МТС является № 1 для бизнеса выполнено мелким шрифтом, расположенным в нижней части экрана и не воспринимается потребителем в силу скорости воспроизведения рекламного видеоролика.

Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, что такая информация в рекламе отсутствовала, так как в силу способа ее распространения не была доступна лицам-потребителям рекламы.

Однако Комиссией Московского УФАС России учтен довод ПАО «МТС», что в данном конкретном случае использованная фраза не является содержащей критерий, который бы являлся определяющим и существенно влияющим на выбор потребителем лица, оказываемого услугу, в связи с тем, что вложенный в рассматриваемый слоган смысл не несет значимой для потребителя информации о потребительских свойствах и качествах рекламируемых услуг.

На основании вышеизложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к

выводу о наличии в рекламе, распространяемой в период с 18.01.2016 по 31.01.2016 на телеканале «РБК-ТВ», факта нарушения пункта 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе и отсутствии в данной рекламе нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение пункта 2 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 АО «РБК-ТВ» на телеканале «РБК-ТВ» в период с 18.01.2016 по 31.01.2016 на основании последовательно заключенных договоров: Договор возмездного оказания услуг № 17-1501/12-ПР от 01.01.2016, заключенный между ЗАО «РБК-ТВ» (в настоящее время АО «РБК-ТВ») и ООО «Глобал Медиа Солюшенс» (Договор 1); Агентский договор № КМ-917/115 от 27.11.2016, заключенный между ООО «Глобал Медиа Солюшенс» и ООО «Кросмедиа — Видео Интернешнл» (Договор 2); Договор № КМ-150213-002 от 13.02.2016, заключенный между ООО «Кросмедиа — Видео Интернешнл» и ПАО «МТС». В соответствии с вышеуказанными договорами, рекламодателем спорной рекламы является ПАО «МТС». Обществом данный факт не отрицается.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях ПАО «МТС» как рекламодателя спорной рекламы при распространении в период с 18.01.2016 по 31.01.2016 на телеканале «РБК-ТВ» рекламы 4G Интернета от МТС, содержащей, в том числе, фразу *«А благодаря 4G Интернету от МТС корреспонденты ТАСС молниеносно передают материалы из любой точки страны в редакцию, что позволяет ТАСС оставаться ведущим агентством в информационном поле страны»*, установлено нарушение пункта 2 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.

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

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 ПАО «МТС», ООО «Глобал Медиа Солюшенс», АО

«РБК-ТВ» 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. Признать ПАО «МТС» нарушившим пункт 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе в связи с распространением Обществом в период с 18.01.2016 по 31.01.2016 на телеканале «РБК-ТВ» ненадлежащей рекламы рекламы 4G Интернета от МТС, в том числе с использованием фразы: *«...А благодаря 4G Интернету от МТС корреспонденты ТАСС молниеносно передают материалы из любой точки страны в редакцию, что позволяет ТАСС оставаться ведущим агентством в информационном поле страны...»*, содержащей не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его потребительских свойствах.

2. В отношении части 7 статьи 5 Закона о рекламе производство по делу № 3-5-49/77-16 прекратить в связи с неподтверждением в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения данной нормы.

3. Выдать ПАО «МТС», 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

И.С. Гудкова

Члены Комиссии

П.В. Олейник

Н.С. Уварова