

РЕШЕНИЕ
по делу № 077/05/5-7101/2020

«15» июля 2020 года

г. Москва

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

председателя Комиссии: <...>а,

членов Комиссии: <...>ой, <...>ой,

рассмотрев дело № 077/05/5-7101/2020, возбужденное в отношении ПАО «МГТС» относительно распространения в период с 15.01.2020 по настоящее время в социальной сети Facebook рекламы следующего содержания: «500 Мбит/с + ТВ за 500 Р/мес. Лидер по скорости. Самый быстрый Домашний Интернет в Москве...» с признаками нарушения пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе),

в присутствии представителей: ПАО «МГТС» в лице <...> (по доверенности № 757 от 18.01.2019), ООО «АДВОТЧ ИЗОБАР» в лице <...> (по доверенности № 2020 от 15.05.2020), ООО «Ай проспект» в лице <...> (по доверенности № 06/2020 от 29.06.2020), Facebook, Inc. в лице <...> (по доверенности № б/н от 13.07.2020),

в отсутствие Facebook Ireland Ltd,

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/5-7101/2020 возбуждено в отношении ПАО «МГТС» на основании заявления физического лица по факту распространения в период с 15.01.2020 по настоящее время в социальной сети Facebook рекламы следующего содержания: «500 Мбит/с + ТВ за 500 Р/мес. Лидер по скорости. Самый быстрый Домашний Интернет в Москве...».

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

ПАО «МГТС» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 30.09.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027739285265, ИНН/КПП 7710016640/770501001.

ООО «АДВОТЧ ИЗОБАР» является юридическим лицом, действующим



на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 27.07.2005 за основным государственным регистрационным номером 1057747597995, ИНН/КПП 7709621730/770301001.

ООО «Ай проспект» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 08.02.2013 за основным государственным регистрационным номером 1137746096850, ИНН/КПП 7709921950/770301001.

Facebook, Inc. является компанией, учрежденной и существующей в соответствии с законодательством штата Делавэр, США, расположенная по адресу: 1601, Уиллоу Роад, Менло Парк, Калифорния, 94025.

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.

Рассматриваемая реклама распространялась посредством сети Интернет, а равно была доступна неограниченному кругу лиц-потребителей рекламы.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе объектом рекламирования является 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 настоящем случае объектом рекламирования являются услуги по предоставлению доступа к сети «Интернет», оказываемые ПАО «МГТС».

На основании изложенного рассматриваемая информация является рекламой, что сторонами по делу не оспаривается.

В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно пункту 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 9 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» необходимо учитывать, что при сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускается сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства.

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» о рекламе 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.

Исходя из указанной позиции, а также статьи 14.3 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», письма ФАС России от 24.12.2015 № ИА/74666/15, под некорректным сравнением следует понимать сравнение хозяйствующего субъекта и (или) его товара с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в том числе:

- сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром путем использования слов «лучший», «первый», «номер один», «самый», «только», «единственный», иных слов или обозначений, создающих впечатление о превосходстве товара и (или) хозяйствующего субъекта, без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, либо в случае, если утверждения, содержащие указанные слова, являются ложными, неточными или искаженными;

- сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в котором отсутствует указание конкретных сравниваемых характеристик или параметров либо результаты сравнения не могут быть объективно проверены;

- сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, основанное исключительно на незначительных или несопоставимых фактах и содержащее негативную оценку деятельности хозяйствующего субъекта-конкурента и (или) его товара.

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.

Использование в спорной рекламе словосочетания «Лидер по скорости. Самый быстрый Домашний Интернет» напрямую противоречит вышеприведенным нормам.

Согласно письменным пояснениям ПАО «МГТС», рассматриваемая реклама содержала следующую сноску: *МГТС — самый быстрый интернет-провайдер в Москве по результатам исследования ИАА «Телеком Дейли», проведенного в 3-м квартале 2019 г.». В подтверждение заявленного довода Обществом представлен видеофайл «видеоскриншот». На заседании Комиссии представитель ПАО «МГТС» поддержал заявленные доводы.

В свою очередь, Комиссия Управления, посмотрев представленный видеофайл, а также спорную рекламу в режиме онлайн по ссылке, имеющейся в материалах дела, установила, что упомянутая ПАО «МГТС» сноска содержится на официальном сайте Общества, переход на который происходит не прямо при клике на рекламу, а в результате осуществления ряда действий: указания номера мобильного телефона, принятия Политики конфиденциальности. При этом, совершение указанных действий прямо обусловлено не получением дополнительной информации о рекламируемой услуге, а о намерении пользователя оставить заявку для ее подключения.

В этой связи не может быть принят во внимание позиция ПАО «МГТС» относительно того, что Общество правомерно сформировало макет рекламы по своему усмотрению, поскольку в законодательстве отсутствуют требования по способу размещения информации о подтверждении статуса лица в рекламе.

Комиссия Управления установила, что в данном случае избранный Обществом способ уточнения своего статуса «Лидер по скорости. Самый быстрый Домашний Интернет» обеспечивает доступ к подтверждающей сноске только тем лицам, которые выразили желание стать клиентом ПАО «МГТС» и получить дополнительную информацию об услуге по мобильному телефону. При этом, Обществом не учтено то обстоятельство, что располагать уточняющей информацией об услуге и лице, ее оказывающем, вправе все потребители рекламы, даже те, которые не собираются становиться клиентами ПАО «МГТС». Подобный подход хозяйствующего субъекта представляется непрофессиональным и безответственным, поскольку Общество как лицо, разрабатывающее условия собственных акций в интересах привлечения максимального количества потребителей, обязано должным образом такие условия до потребителей доводить и оптимизировать рекламный макет в любой удобный для себя формат с соблюдением требований законодательства Российской Федерации о рекламе, чего в рассматриваемом случае Обществом сделано не было.

В данном случае Общество располагало возможностью указать

соответствующее подтверждение в тексте рекламы или на странице сайта, на которую происходил переход при первичном клике на рекламу. Доказательств обратного ПАО «МГТС» не представлено.

Также ПАО «МГТС» представлены письменные пояснения, согласно которым в тексте спорной рекламы отсутствуют некорректные сравнения Общества и его услуг с услугами других операторов связи, в том числе какое-либо негативное упоминание о них.

Комиссия Управления, отклоняя заявленный довод, исходит из следующего.

К некорректному следует отнести любое нетактичное сравнение, когда без видимых оснований высказываются предположения, что только рекламируемый товар обладает определенными свойствами, а товары иных организаций во многом уступают рекламируемому, тем самым формируя у потенциальных потребителей рекламы данное утверждение. При этом, для достижения названной цели указывать на недостатки других лиц, оказывающих аналогичные услуги, не требуется. Таким образом, из формы подачи и смысла рассматриваемой рекламной информации, которая выражает превосходство ПАО «МГТС», вытекает некорректное сравнение услуг в сфере связи неопределенного круга лиц с конкурирующими услугами, предоставляемыми ПАО «МГТС».

Следует учитывать, что реклама имеет побудительный характер, то есть стимулирует интерес потребителей к товарам и услугам, поддерживает заинтересованность в них. Основной ее целью является продвижение товара на рынке. Следовательно, использование в рекламе недостоверных сведений ставит рекламодателя в более выгодное положение и дает необоснованные преимущества перед конкурентами, действующими на том же рынке. Включение подобных высказываний без достаточных доказательств их истинности расценивается как недостоверная реклама.

Использования утверждения «Лидер по скорости. Самый быстрый Домашний Интернет» направлено не на сравнение рекламируемых услуг с услугами других субъектов, а именно на выделение их на фоне аналогичных, оказываемых неопределенным кругом лиц — конкурентами.

Иных документально подтвержденных доказательств обратного ПАО «МГТС» не представлено.

Таким образом, содержание рассматриваемой рекламы указывает на наличие признаков нарушения пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в недобросовестной рекламе, содержащей некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами других производителей; недостоверной рекламе, содержащей не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Таким образом, при распространении спорной рекламы установлено нарушение пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, в соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, несет рекламодаделец.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем является изготовитель или продавец товара, либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно материалам дела рассматриваемая реклама размещалась в социальной сети Facebook на основании договоров, заключенных между ПАО «МГТС» и ООО «Адвотч изобар» (дополнительное соглашение № D190304464 от 16.10.2019), ООО «Адвотч изобар» и ООО «Ай Проспект» (договор № IP-01/08-02/13 от 08.02.2013), при этом лицом, определившим содержание рекламы, является ПАО «МГТС», что последним не оспаривается.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях ПАО «МГТС» при распространении рекламы в социальной сети Facebook, установлено нарушение пункта 1 части 2, 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 (пускай 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 «МГТС» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, ООО «АДВОТЧ ИЗОБАР», ООО «Ай проспект», Facebook, Inc., Facebook Ireland Ltd. предписаний о прекращении распространения рекламы с нарушением требований законодательства Российской Федерации 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

РЕШИЛА:

1. Признать ПАО «МГТС» нарушившим требования пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе при распространении в период с 15.01.2020 по настоящее время в социальной сети Facebook рекламы следующего содержания: «500 Мбит/с + ТВ за 500 Р/мес. Лидер по скорости. Самый быстрый Домашний Интернет в Москве...», содержащей некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами других производителей; недостоверной рекламе, содержащей не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

2. Выдать ПАО «МГТС» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Выдать ООО «АДВОТЧ ИЗОБАР», ООО «Ай проспект», Facebook, Inc., Facebook Ireland Ltd. предписания о прекращении распространения рекламы ПАО «МГТС», содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>a

<...>a