

ООО «МВМ»

105066, г. Москва, ул. Нижняя
Красносельская, д. 40/12, стр. 20.

24@mvideo.ru

pr@mvideo.ru

marketing@mvideo.ru

АО «АльфаСтрахование»

115162, г. Москва, ул. Шаболовка,
д. 31 Б

alfastrah@alfastrah.ru

РЕШЕНИЕ

«10» июля 2019 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: <...>,

членов Комиссии: <...>, <...>,

рассмотрев дело № 077/05/5-831/2019, возбужденное в отношении ООО «МВМ» (ОГРН 1057746840095, ИНН 7707548740), АО «АльфаСтрахование» (ОГРН 1027739431730, ИНН 7713056834) по признакам нарушения пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении в

период с 24.10.2018 по настоящее время рекламы в сети Интернет на сайте mvideo.ru ООО «МВМ» рекламы следующего содержания:

«Страхование техники — ваша защита на случай, если с новым устройством что-то произойдет. Залили чайем новенький ноутбук? У вас украли смартфон из сумочки? Страховка возместит вам потери!»,

в присутствии представителей ООО «МВМ» в лице <...>, АО «АльфаСтрахование» в лице <...>,

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/5-831/2019 возбуждено в отношении ООО «МВМ» (ОГРН 1057746840095, ИНН 7707548740), АО «АльфаСтрахование» (ОГРН 1027739431730, ИНН 7713056834) на основании заявления физического лица по факту размещения в период с 24.10.2018 по настоящее время рекламы в сети Интернет на сайте mvideo.ru, принадлежащем ООО «МВМ».

В рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения пункта 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении недостоверной рекламы, которая содержит не соответствующие действительности сведения об условиях применения товара.

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.

ООО «МВМ» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 05.05.2005 за основным государственным регистрационным номером 1057746840095, ИНН 7707548740, КПП 770101001.

АО «АльфаСтрахование» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 22.10.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027739431730, ИНН 7713056834, КПП 7772501001.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе рекламой

является информация, распространенная 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе объектом рекламирования является товар, средства 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.

Согласно представленным в материалы дела документам и сведениям в сети Интернет на сайте mvideo.ru размещалась спорная реклама следующего содержания: *«Страхование техники — ваша защита на случай, если с новым устройством что-то произойдет. Залили чаем новенький ноутбук? У вас украли смартфон из сумочки? Страховка возместит вам потери!»*, сопровождающаяся, в том числе, изображением, на котором также присутствовала надпись «Страхование техники от утраты и повреждений».

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация распространялась неопределенному кругу лиц, исходя из способа распространения и содержания, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (страховые услуги), оказываемые АО «АльфаСтрахование» и ООО СК «ВТБ Страхование», а следовательно является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.

ООО «МВМ» полагает, что содержащееся на официальном сайте ООО «МВМ» сообщение не является рекламой, так как направлено на информирование посетителей сайта (потенциальных покупателей) о возможности приобретения в магазинах ООО «МВМ» услуг страхования техники, предоставляемых со стороны ООО СК «ВТБ Страхование» и АО «АльфаСтрахование», а также сертификатов программы расширенной гарантии от производителя смартфонов и планшетов Samsung. Данная информация, по мнению ООО «МВМ», не является рекламой, так как не является рекламой информация о производимых или реализуемых товарах, размещенная на сайте производителя, если указанные сведения предназначены для информирования посетителей сайта о

реализуемых товарах, ассортименте. Также с АО «АльфаСтрахование» не заключались договора на размещение (распространение) рекламы.

Однако Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

Рассматриваемая реклама распространялась в сети «Интернет» на сайте ООО «МВМ» mvideo.ru, что обществом не оспаривается.

Вместе с тем, когда размещаемая на сайте или странице в социальной сети информация направлена не столько на информирование потребителей о деятельности организации или реализуемых ею товарах, сколько на выделение определенных услуг, оказываемых третьими лицами, не осуществляющий при этом никакой деятельности на данном сайте, такая информация может быть признана рекламой.

Таким образом, спорная информация направлена на привлечение внимания потребителя к определенным услугам и лицу, предоставляемому данные услуги.

В рекламе отсутствует обращение, что свидетельствует о неопределенности круга получателей такой рекламы.

Под неопределенным кругом лиц в целях Закона о рекламе понимаются те лица, которые не могут быть заранее персонифицировано определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее 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 воспринимается Комиссией Московского УФАС России как комплексная, содержащая ряд объектов рекламирования — услуги страхования и третье лицо (не продавец товара), чьи услуги представляет владелец сайта. По своему смыслу информация вызывает однозначную ассоциацию именно с страховыми услугами, стимулирует рост потребительского интереса к таким услугам для защиты своего имущества.

Проводя границу между информационным материалом и рекламой, Комиссия Московского УФАС России учитывает, в первую очередь, направленность информационного сообщения в сети Интернет, цель извещения потребителя (читателя) о предоставляемой ему информации.

Данная информация по своему содержанию однозначно призвана продвигать на рынке страховые услуги, привлекать потребителя к ним, оценивается Комиссией Московского УФАС России именно в ее комплексном характере, при этом размещена не на сайте финансовой (страховой организации).

Таким образом, Комиссия Московского УФАС России приходит к однозначному выводу, что, не смотря на доводы ООО «МВМ», спорная информация является рекламой в понимании статьи 3 Закона о рекламе и полностью должно отвечать требованиям Закона о рекламе.

Относительно довода об отсутствии договора на распространение рассматриваемой информации Комиссия Московского УФАС России приходит к

следующим выводам. Законодательством Российской Федерации не предусмотрена прямая заинтересованность владельца либо пользователя сайта в рекламе отдельных видов товаров на электронном ресурсе, данная характеристика не является квалифицирующим признаком установления факта рекламы и понятий рекламодача и рекламораспространителя, как и договорные отношения с третьими лицами. Следовательно отсутствие какого-либо договора либо бездоговорного возмещения не исключает рекламный характер распространяемых сведений.

В соответствии с пунктом 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе не допускается недостоверная 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.

В рекламе на сайте mvideo.ru указано, что кража телефона из сумочки является страховым случаем.

Однако в соответствии с представленными в Московское УФАС России условиями договора АО «АльфаСтрахование» данный случай (кража телефона из сумочки) не попадает под страховой случай.

Так в соответствии со статьей 158 Уголовного кодекса Российской Федерации (далее - УК РФ) кража, то есть тайное хищение чужого имущества, из одежды, сумки или другой ручной клади, находящейся при потерпевшем, является преступлением, ответственность за которое установлено пунктом «г» части 2 статьи 158 УК РФ. Вместе с тем согласно

условиям договора страхования, реклама которого размещена на сайте mvideo.ru установлено, что страховым случаем вышеуказанное преступление не является, а является только кража с повреждением другого имущества, принадлежащего страхователю.

Таким образом, размещаемая реклама в сети Интернет на сайте mvideo.ru не соответствует условиям страхования имущества АО «Альфастрахование», а равно является недостоверной.

Размещая на сайте mvideo.ru рекламу, содержащую более привлекательные условия, чем в действительности предусматривает рекламируемая страховка, рекламодаделец мог привлечь внимание более широкого круга лиц, чем сообщая достоверные сведения.

В частности согласно представленным заявителем документам и сведениям, он заключил рекламируемый договор страхования, в том числе, руководствуясь сообщенной в рекламе информацией. Вместе с тем, обратившись в страховую компанию после кражи телефона из сумки, получил отказ в возмещении его стоимости, так как данный случай не является страховым. Следовательно, распространение спорной рекламы в настоящем случае имеет явное негативное последствие — введение в заблуждение потребителя такой рекламы, в том числе заявителя.

Таким образом, распространенная в сети Интернет реклама содержит признаки нарушения пункта 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении недостоверной рекламы, которая содержит не соответствующие действительности сведения об условиях применения товара.

Ответственность за нарушение пункта 2 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 представленным АО «Альфастрахование» документам, АО «Альфастрахование» не осуществляло распространение в период с 24.10.2018 по настоящее время рекламы в сети Интернет на сайте mvideo.ru рекламы следующего содержания:

«Страхование техники — ваша защита на случай, если с новым устройством что-то произойдет. Залили чаем новенький ноутбук? У вас украли смартфон из сумочки? Страховка возместит вам потери!».

Размещение данной рекламы осуществлялось по инициативе ООО «МВМ» без согласования и заключения каких-либо договоров на размещение рекламы с АО «АльфаСтрахованием», в связи с чем АО «АльфаСтрахование» не является рекламодателем.

В соответствии с пояснениями лиц, участвующих в деле, текст, размещенной рекламы с АО «АльфаСтрахованием» также не согласовывался, а размещался в рассматриваемом виде по инициативе ООО «МВМ».

Таким образом, рекламодателем рассматриваемой рекламы, а равно лицом, которое несет ответственность за рассматриваемое правонарушение, является ООО «МВМ».

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 ООО «МВМ» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

РЕШИЛА:

1. Признать ООО «МВМ» (ОГРН 1057746840095, ИНН 7707548740) нарушившим требования пункта 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе при распространении в период с 24.10.2018 по настоящее время рекламы в сети Интернет на сайте mvideo.ru ООО «МВМ» рекламы следующего содержания:

«Страхование техники — ваша защита на случай, если с новым устройством что-то произойдет. Залили чаем новенький ноутбук? У вас украли смартфон из сумочки? Страховка возместит вам потери!», которая содержит не соответствующие действительности сведения об условиях применения товара.

2. Выдать ООО «МВМ» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. В отношении АО «Альфастрахование» рассмотрение дела прекратить.

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

<...>

Председатель Комиссии

Члены Комиссии

<...>

<...>

<...>