

УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ

ПО ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

625048, г. Тюмень, ул. Холодильная, 58а тел. 50-31-55

РЕШЕНИЕ № 072/05/5-48/2020

31.07.2020г. г. Тюмень

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: <...> - заместитель руководителя управления;

<...> - заместитель начальника ОКСЗ;

Члены Комиссии:

<...> - заместитель начальника ОКМД,

рассмотрев дело № 072/05/5-48/2020 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы ООО «Единый портал торгов», содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в отсутствие лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «Единый портал торгов», уведомлённого надлежащим образом (почтовое уведомление №80081150323160),

УСТАНОВИЛА:

В Тюменское УФАС России из Московского УФАС России поступили материалы относительно нарушения положений Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) в действиях ООО «Единый портал торгов» (далее также – ООО «ЕПТ»), выразившееся в распространении в период с 04.02.2020 по 10.03.2020г. в системе «Яндекс.Директ» рекламы следующего содержания: «С Rutoken КОРОНАВИРУС не страшен! Защити свою ЭЦП! Купи Rutoken lite для защиты ЭЦП от вирусов и получи 3 защитные маски в подарок! Ept72.ru».

Определением от 02.07.2020г. возбуждено дело № 072/05/5-48/2020 по признакам нарушения законодательства о рекламе, рассмотрение назначено на 31.07.2020г.

Согласно пояснениям ООО «Единый портал торгов» при размещении данной рекламы в системе «Яндекс.Директ» в период с 04.02.2020 по 10.03.2020 для реализации защищенного носителя Rutoken lite 64Kb, дополнительно предоставлялись защитные маски, являющиеся важной профилактической мерой в качестве средства защиты «барьерного» типа. Реклама была направлена на привлечение внимания и возможное снижение распространения коронавируса путем применения защитных масок, которые предоставлялись бесплатно.

Изучив письменные доказательства по делу, письменные объяснения ответчика, Комиссия пришла к следующим выводам.

Согласно статье 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; объект рекламирования - 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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот; ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно сведениям из интернет-энциклопедии Википедия, Рутокен (от англ. Russian — российский и англ. token — признак, жетон) — торговая марка программных и аппаратных продуктов в области защиты информации российского производства (производитель: компания «Актив»). Устройства Рутокен Lite — это защищенные носители закрытых ключей электронной подписи для электронного документооборота.

Таким образом, информация следующего содержания: «С Rutoken КОРОНАВИРУС не страшен! Защити свою ЭЦП! Купи Rutoken lite для защиты ЭЦП от вирусов и получи 3 защитные маски в подарок! Ept72.ru» является рекламой, где объектом рекламирования является Рутокен Lite — защищенные носители закрытых ключей электронной подписи для электронного документооборота.

Как следует из части 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются. Реклама является средством продвижения товаров, работ и услуг, а также самого изготовителя или продавца рекламируемого товара на определенном рынке. Вместе с тем способ, форма и средства распространения соответствующей информации имеет существенное значение. Ненадлежащей рекламой согласно подпункту 4 статьи 3 Закона о рекламе, является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Закона о рекламе не допускается реклама, 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.

Ненадлежащая реклама, которая вводит потребителей в заблуждение или причиняет ущерб конкурентам, является наиболее распространенным способом получения преимуществ в предпринимательской деятельности.

Рекламное объявление формирует интерес к товару или услуге и направлено на формирование у потребителей желания ею воспользоваться. Поэтому существенной является информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой.

Отсутствие в рекламе части существенной информации приводит к искажению

рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым товаром или видом услуг.

Искажение информации - действия, направленные на умолчание, изменение части сведений (о товаре, условиях его приобретения, использовании), содержащихся в рекламе, выдвигению желаемого за действительное. И определяющим здесь является не то, что имел в виду рекламодатель, и не то, насколько сообщенные сведения соответствуют истине, а их восприятие потребителями рекламы.

Введение в заблуждение является актом недобросовестной конкуренции и представляет собой действия, направленные на формирование неверных представлений в отношении собственных товаров (работ, услуг) или товаров конкурента.

Норма части 7 статьи 5 Закона о рекламе запрещает умалчивать информацию, которая, будучи сообщенной, изменила бы созданное рекламой представление потребителей о товаре, об условиях его приобретения или использования.

Согласно понятию рекламы, она направлена неопределенному кругу лиц, а значит, для оценки содержащейся в ней информации не требуется никаких специальных филологических познаний. Информация, содержащаяся в рекламе, должна очевидно ассоциироваться с объектом рекламирования.

Таким образом, доведение существенной информации до потребителей рекламы должно осуществляться доступными способами и в форме, позволяющей воспринимать такую информацию каждому из неопределенного круга лиц наравне с иными формирующими интерес к объекту рекламирования сведениями.

Из содержания рассматриваемой рекламы следует, что коронавирус не страшен с Rutoken.

Но поскольку в рассматриваемой рекламе отсутствует часть существенной информации о том, какое отношение Rutoken life имеет к коронавирусу и каким образом защищает от заражения им, у потребителя складывается искаженное представление о рекламируемом товаре.

Ни каждый потребитель рекламы обладает познаниями о защищенных носителях закрытых ключей электронной подписи для электронного документооборота. Вместе с тем, тема коронавируса в период пандемии очень острая и привлекает внимание большинства потребителей. А фраза: «С Rutoken КОРОНАВИРУС не страшен!» вводит потребителей в заблуждение относительно объекта рекламирования.

На основании изложенного, Комиссия приходит к выводу о том, что в размещенной ООО «ЕПТ» рекламе отсутствует часть существенной информации.

Вводящая в заблуждение реклама способна причинить вред как потребителю рекламной информации, так и конкуренту рекламодателя. Введение потребителей в заблуждение посредством распространения рекламы, в которой отсутствует часть существенной информации о товаре, условиях его приобретения или использования, способна привести к неправильному выбору потребителем товара (услуги) с необходимым ему набором потребительских свойств.

Таким образом, рассматриваемая реклама содержит нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе в части отсутствия части существенной информации о рекламируемом товаре и введения в заблуждение потребителей рекламы.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований установленных ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе, несет рекламоатель.

Согласно п. 5 ст. 3 Закона о рекламе, рекламоатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержания рекламы лицо.

Согласно информации, представленной ООО «ЯНДЕКС», рекламоателем вышеупомянутой рекламы является ООО «Единый портал торгов» (далее - ООО «ЕПТ», адрес местонахождения: 625026, г.Тюмень, ул.50 лет ВЛКСМ, д.51, этаж 10, оф.1007, ОГРН 1197232022371, ИНН 7203487858, КПП 720301001, дата регистрации:09.09.2019г.).

Таким образом, в действиях ООО «Единый портал торгов», как рекламоателя вышеуказанной рекламы, содержатся признаки нарушения ч.7 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

Согласно части 4 статьи 38 Закона о рекламе нарушение рекламоателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

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.

Решая вопрос о выдаче предписания стороне по делу, Комиссия исходит из следующего.

Согласно представленному, письменному пояснению ООО «ЕПТ» (вх.№7722 от 30.07.2020г.) данная реклама распространялась в период с 04.02.2020 по 10.03.2020г. Данную информацию также подтверждает ООО «Яндекс» письмом от 29.05.2020г. исх.№564762.

На основании изложенного, Комиссия приходит к выводу об отсутствии необходимости в выдаче предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 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 рекламу, размещавшуюся в период с 04.02.2020 по 10.03.2020г. в системе «Яндекс.Директ», следующего содержания: «С Rutoken КОРОНАВИРУС не страшен! Защити свою ЭЦП! Купи Rutoken lite для защиты ЭЦП от вирусов и получи 3 защитные маски в подарок! Ер72.ru», ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать в связи с отсутствием основания.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тюменского 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 <...>

Члены комиссии <...>

<...>