

НО/18066 от 05.05.2016

ПАО «Европлан»

115093, г. Москва,
1-й Щипковский пер., д. 20

115114, г. Москва,
Малая Сухаревская пл., д. 12

ООО «АРВМ»

115280, г. Москва,
Ленинская Слобода, д. 19/1, оф. 322

ООО «СЕЛАНИКАР»

127015, г. Москва,
ул. Б. Новодмитровская, д. 36, стр. 1

РЕШЕНИЕ

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «14» апреля 2016 года.

В полном объеме решение изготовлено «27» апреля 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 № 3-5-17/77-16, возбужденное в отношении ПАО «Европлан», ООО «АРВМ» по факту распространения в июле 2015 года в системе «Яндекс.Директ» рекламы «Купим авто дороже чем у CarPrice», с признаками нарушения пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38 ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в рекламе, содержащей некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, а также 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 представителя ПАО «Европлан» в лице Дериглазовой И.В. (по доверенности № 5992/2016/НСТ от 04.03.2016), представителя ООО «АРВМ» в лице Табунова А.С. (по доверенности б/н от 01.03.1016), представителя ООО «СЕЛАНИКАР» в лице Тарасовой Д.А. (по доверенности № 139/16 от 03.03.2016),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-17/77-16 возбуждено в отношении ПАО «Европлан», ООО «АРВМ» на основании обращения ООО «СЕЛАНИКАР» (вх. № 31943 от 07.09.2016) по факту распространения в июле 2015 года в системе «Яндекс.Директ» рекламы «Купим авто дороже чем у CarPrice».

В рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в рекламе, содержащей некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, а также 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.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, выслушав доводы представителей ПАО «Европлан», ООО «АРВМ», ООО «СЕЛАНИКАР», оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

ПАО «Европлан» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 01.08.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027700085380, ИНН 6164077483, КПП 770501001.

ООО «АРВМ» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 10.01.2014 за основным государственным регистрационным номером 1147746006320, ИНН 7725814962, КПП 772501001.

ООО «СЕЛАНИКАР» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 26.03.2014 за основным государственным регистрационным номером 1147746325572, ИНН 7706807818, КПП 771701001.

В июле 2015 года в системе «Яндекс.Директ» распространялась реклама *«Купим авто дороже чем у CarPrice»*.

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 сети Интернет, а именно в системе «Яндекс.Директ». Таким образом, установлено, что место и способ распространения рассматриваемой рекламы является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по территории его 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 содержала в себе следующие сведения: *«Купим авто дороже, чем у Карпрайс — Любые марки; Проводим аукцион, получаем высшую цену. Оставьте заявку! Почему мы, Процедура выкупа авто, Отзывы клиентов, Оставить заявку, Контактная информация +7 (495) 995-64-71»*. Также данное объявление содержит пометку «реклама» и адрес сайта: europian.ru.

В настоящем случае, исходя из текста рекламы, объектом рекламирования выступает деятельность по продаже автомобилей через электронные аукционы.

На основании изложенного, спорное информационное сообщение является рекламой. Данный факт сторонами по делу не оспаривается.

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

В данной рекламе усматриваются признаки нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в рекламе, содержащей некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Необходимо отметить, что под некорректным сравнением понимается сравнение, построенное с использованием неправильных логических операций таким образом, что его достоверность объективно не может быть ни подтверждена, ни опровергнута.

Например, некорректным может быть признано сравнение, которое основано на несопоставимых фактах, когда создается общее вводящее в заблуждение впечатление, при сравнении необъективных характеристик. В частности, такое сравнение имеет место тогда, когда делается вывод о сходстве либо превосходстве одного товара над другим, однако конкретные характеристики сравниваемых товаров не упоминаются.

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 допускаются сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства.

Понятие «несопоставимый» употребляется для обозначения двух переменных, не имеющих никакого общего измерения или стандарта сравнения.

Установлено, что в рассматриваемой рекламе отсутствует указание на конкретный критерий, который может быть подтвержден или опровергнут объективными данными. Однако использование фразы «Купим авто дороже, чем у Карпрайс» очевидно свидетельствует о наличии сравнения как такового.

Таким образом, приведенное в спорной рекламе сравнение по своей форме некорректно, в нем не упоминаются параметры, достоверность которых не может быть объективно проверена.

На основании вышеизложенного Комиссией Московского УФАС России при распространении рассматриваемой рекламы установлен факт нарушения пункта 1 части 2 статьи 1 Закона о рекламе.

Относительно наличия в рассматриваемой рекламе признаков нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в рекламе, 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.

Согласно спорной рекламе с помощью ПАО «Европлан» продать авто возможно дороже, чем на *CarPrice*. Однако, как следует из письменных пояснений лиц, участвующих в деле, а также иных документов и сведений, представленных в материалы дела, *CarPrice* является онлайн-аукционом, где цены на продаваемые автомобили определяются участниками и могут меняться в зависимости от их интереса. Таким образом, заранее достоверно определить, какую конкретно цену за автомобиль можно получить, продав его через *CarPrice*, невозможно. Следовательно, невозможно достоверно утверждать в рекламе, что кто-либо может купить автомобиль дороже чем на *CarPrice*, так как конечная цена за автомобиль будет определена только в момент закрытия каждого конкретного аукциона и не является фиксированной.

На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о наличии в рассматриваемой рекламе нарушения

пункта 3 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, в связи с тем, что изложенные в ней сведения невозможно подтвердить какими-либо доказательствами, такие доказательства в материалы дела сторонами не представлены.

ПАО «Европлан» на выводы Комиссии Московского УФАС России возразило, что у Общества отсутствует необходимость, а также целесообразность в распространении рекламы с формулировкой «Купим авто дороже чем у CarPrice» в силу отсутствия между ПАО «Европлан» и ООО «СЕЛАНИКАР» конкурентных отношений ввиду осуществления разных видов деятельности.

Комиссией Московского УФАС России данный довод не принят во внимание в связи с тем фактом, что в рамках данного дела рассматривается не возможность наличия между обществами конкурентных отношений, наличия у рекламодателя определенных целей либо целесообразности размещения спорной рекламы, а свершившийся факт распространения рекламы с конкретной формулировкой.

Кроме того, представителем ПАО «Европлан» заявлено, что, предполагая претензии к рассматриваемой формулировке рекламы, Общество неоднократно обращалось к ООО «АРВМ» с тем, чтобы изменить текст рекламы и убрать формулировку «Купим дороже, чем у Карпрайс» на иную.

На основании вышеизложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о наличии в распространяемой в июле 2015 года в системе «Яндекс.Директ» рекламе «Купим авто дороже чем у CarPrice» факта нарушения пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

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

Спорная реклама распространялась в системе «Яндекс.Директ» на основании следующих договоров: Договор возмездного оказания услуг № 32294/15 от 01.03.2015, заключенный между ООО «Яндекс» и ООО «АРВМ» (далее — Договор 1); Договор № а 835 от 01.05.2015, заключенный между ООО «АРВМ» и ЗАО «Европлан» (далее — Договор 2).

В соответствии с пунктом 1.1 Договора 1, ООО «Яндекс» принимает на себя обязательства оказывать, ООО «АРВМ» обязуется принимать и оплачивать рекламные услуги, связанные с размещением в сети Интернет предоставленных ООО «АРВМ» рекламных материалов третьих лиц (клиентов ООО «АРВМ») в соответствии с условиями Договора 1 и приложениями к нему, каждое из которых с момента подписания сторонами является неотъемлемой частью Договора 1.

Согласно пункту 2.1 Договора 2, на условиях Договора 2 ООО «АРВМ» оказывает ПАО «Европлан» услуги по размещению рекламных материалов ПАО «Европлан» в сети Интернет.

В соответствии с пунктом 3.1.1 Договора 2, ПАО «Европлан» предоставляет ООО «АРВМ» рекламные материалы, готовые к размещению и в виде, соответствующем требованиям Интернет-ресурсов, на которых предполагается размещение рекламных материалов. Передача рекламных материалов производится посредством электронной почты по адресам указанным в пункте 11.5 Договора 2.

При этом под рекламными материалами, согласно разделу 1 Договора 2, понимаются любые объекты, в том числе в электронной форме, включая текстовые, графические, аудио-, видео- и смешанные материалы, содержащие или выражающие рекламную информацию.

В соответствии с пунктом 11.5 Договора 2, стороны договорились, что электронным адресом ООО «АРВМ» для направления переписки является shafikova@arwm.ru, электронным адресом ПАО «Европлан» для направления переписки и отчетов считается адрес aal9@europlan.ru.

ООО «АРВМ» представлены скриншоты электронной переписки, из которой следует, что с электронной почты Ларичева Антона Андреевича (aal9@europlan.ru) в адрес Шафиковой Софьи (shafikova@arwm.ru) поступило предложение о смене текста рекламы, в том числе данное письмо содержало следующее предложение: «Я предлагаю изменить объявления по ключевым словам «Карпрайс» и «Айавто» на «Дорожке чем у Карпрайс». Текст рекламы «Купим дорожке, чем у Карпрайс» был отправлен Ларичеву Антону Андреевичу (aal9@europlan.ru) с вопросом «Такие тексты подойдут?». На данное электронное письмо был направлен ответ о согласии на предложенный текст рекламы.

Также согласно представленным АО «Регистратор Р01» (вх. № 10952 от 28.03.2016) и АО «Регистрационный Сетевой Информационный Центр» (вх. № 12376 от 10953 от 28.03.2016) сведениям, администратором домена arwm.ru является ООО «АРВМ», а домена europlan.ru - ПАО «Европлан».

Положения статьи 2 Федерального закона от 27.07.2006 № 149 ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» устанавливают, что сайтом в сети «Интернет» является совокупность программ для электронных вычислительных машин и иной информации, содержащейся в информационной системе, доступ к которой обеспечивается через сеть «Интернет» по доменным именам и (или) по сетевым адресам, позволяющим идентифицировать сайты в сети «Интернет». Доменным именем является обозначение символами, предназначенное для адресации сайтов в сети «Интернет» в целях обеспечения доступа к информации, размещенной в сети «Интернет». Владелец сайта в сети «Интернет» — это лицо, самостоятельно и по своему усмотрению определяющее порядок использования сайта в сети «Интернет», в том числе порядок размещения информации на таком сайте.

Из вышеизложенного Комиссия Московского УФАС России делает однозначный вывод о том, что спорный текст рекламы предложен и согласован ПАО «Европлан» в лице его представителя Ларичева А.А., конечное согласование текста производилось по оговоренным в Договоре 2 адресам электронной почты. Опровержения данному факту со стороны ПАО «Европлан» не представлено.

Также в соответствии с пунктом 6.2 Договора 2 ПАО «Европлан» самостоятельно в полном объеме несет ответственность за соответствие содержания рекламных материалов требованиям законодательства Российской Федерации, юридическую правомерность использования логотипов, фирменных наименований и прочих объектов интеллектуальной собственности и средств индивидуализации в рекламных материалах, а равно за отсутствие в

рекламных материалах обязательной информации, предусмотренной законодательством Российской Федерации.

Таким образом, Комиссия Московского УФАС России приходит к очевидному выводу о том, что рекламодателем спорной рекламы является ПАО «Европлан», а равно несет ответственность за содержащиеся в ней нарушения в соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе.

ПАО «Европлан» не согласилось с выводами Комиссии Московского УФАС России относительно признания Общества ответственным за распространение рекламы с нарушением требований законодательства о рекламе в связи со следующим.

По утверждению ПАО «Европлан», в должностной инструкции Ларичева А.А., а также в его трудовом договоре отсутствуют полномочия на согласование от имени ПАО «Европлан» текстов рекламных материалов.

Однако Комиссия Московского УФАС России не может принять данный довод во внимание, так как в данном случае в договоре между ПАО «Европлан» и ООО «АРВМ» прямо указан адрес электронной почты, по которому происходит согласование текстов рекламы, а не определенное контактное лицо.

Более того в силу положений статьи 1068 Гражданского кодекса Российской Федерации, юридическое лицо обязано нести ответственность за действия своих работников.

Также ПАО «Европлан» указало на тот факт, что в рекламе указаны недостоверные контактные данные Общества, а именно телефон и ссылка на сайт.

Однако, по мнению Комиссии Московского УФАС России, само наличие в рекламе некорректного номера телефона не может свидетельствовать о том, что лицо не является рекламодателем спорной рекламы. Согласно представленным документам и сведениям, первоначальным заказчиком рассматриваемой рекламы является ПАО «Европлан». Согласно представленным ООО «Яндекс» данным, страницей в сети Интернет, на которую происходил переход при нажатии на рекламу, является сайт по адресу www.europlan.ru, администратором которого, как указано выше, является ПАО «Европлан».

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях ПАО «Европлан» при распространении с 14.07.2015 по 25.07.2015, с 23.07.2015 по 25.07.2015 в системе «Яндекс.Директ» рекламы «Купим авто дороже чем у CarPrice», установлено нарушение пункта 1 части 2 статьи 5, 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.

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 «Европлан» и ООО «АРВМ» 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 «Европлан» нарушившим пункт 1 части 2 статьи 5, пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе в связи с распространением Обществом ненадлежащей рекламы «Купим авто дороже, чем у Карпрайс — Любые марки; Проводим аукцион, получаем высшую цену. Оставьте заявку! Почему мы, Процедура выкупа авто, Отзывы клиентов, Оставить заявку, Контактная информация +7 (495) 995-64-71», содержащей некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, а также не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара (услуги) перед находящимися в обороте товарами (услугами), которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, распространенную с 14.07.2015 по 25.07.2015, с 23.07.2015 по 25.07.2015 в системе «Яндекс.Директ».

2. Выдать ПАО «Европлан» и ООО «АРВМ» предписания о прекращении

2. выдать ЗАО «Европлан» и ООО «АГВИ» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. 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

