

ООО «Яндекс»

<...>

ИП Сафонову В.В.

<...>

ООО «Септима»

<...>

ООО «Рускомсерт»

<...>

РЕШЕНИЕ

по делу № 077/05/7-1945/2022

Резолютивная часть оглашена « » июня 2022 года г. Москва

В полном объеме изготовлено « » июня 2022 года

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

председателя Комиссии: <...>ой,

членов Комиссии: <...>ой, <...>ой,

рассмотрев дело № 077/05/7-1945/2022 по признакам нарушения ООО «Яндекс», ИП Сафоновым В.В., ООО «Септима», ООО «Рускомсерт» пункта 6 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении в период с 23.06.2021 по настоящее время в системе «Яндекс.Директ» рекламы следующего содержания:

«Получить сертификат соответствия! Без предоплаты!... Расчет цены — 15 мин! Помощь! Звоните! 3230 сертификатов выдано. Скидка на продление....ТР ТС. ГОСТ Р...»,

в присутствии представителя ООО «Септима» (посредством видеоконференцсвязи),

в отсутствие ИП Сафонова В.В., представителей ООО «Яндекс», ООО «Рускомсерт» (уведомлены надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/7-1945/2022 возбуждено Московским УФАС России в отношении ООО «Яндекс», ИП Сафонова В.В., ООО «Септима», ООО «Рускомсерт» по факту распространения в период с 23.06.2021 по настоящее время в системе «Яндекс.Директ» рекламы следующего содержания:

«Получить сертификат соответствия! Без предоплаты!... Расчет цены — 15 мин! Помощь! Звоните! 3230 сертификатов выдано. Скидка на продление....ТР ТС. ГОСТ Р...».

Установлено, что в составе рекламы была использована гиперссылка для перехода на сайт в сети Интернет по адресу <https://vptst.com/>, на котором предлагаются услуги по сертификации и декларированию продукции.

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

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.

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.

Предметом рассмотрения настоящего дела является распространяемая в системе контекстной рекламы «Яндекс.Директ» реклама «Получить сертификат соответствия! Без предоплаты!... Расчет цены — 15 мин! Помощь! Звоните! 3230 сертификатов выдано. Скидка на продление....ТР ТС. ГОСТ Р...». Информация размещалась в сети Интернет, а, следовательно, сведения были распространены широкому заранее неопределенному кругу лиц.

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.

Из текста рекламы следует, что при обращении по указанному объявлению потенциальный потребитель может получить сертификат соответствия. Следовательно, объектом рекламирования выступают работы и услуги по оценке (подтверждению) соответствия.

Согласно пункту 6 статьи 7 Закона о рекламе не допускается реклама товаров, подлежащих обязательной сертификации или иному обязательному подтверждению соответствия требованиям технических регламентов, в случае отсутствия такой сертификации или подтверждения такого соответствия, а также работ или услуг по оценке (подтверждению) соответствия, в том числе по приему и рассмотрению документов, необходимых для выполнения указанных работ и (или) оказания услуг, осуществляемых лицами, не имеющими аккредитации в национальной системе аккредитации (в случае, если получение такой аккредитации предусмотрено законодательством Российской Федерации), либо аккредитованными лицами, но без указания наименования аккредитованного юридического лица или фамилии, имени и (если имеется) отчества аккредитованного индивидуального предпринимателя и уникального номера записи об аккредитации в реестре аккредитованных лиц.

Следовательно, пунктом 6 статьи 7 Закона о рекламе установлен запрет на распространение рекламы в тех случаях, когда оказание рекламируемых услуг осуществляется лицом, не имеющими аккредитации в национальной системе аккредитации, или в случае, если

оказание рекламируемых услуг осуществляется аккредитованными лицами, но без указания в рекламе наименования такого лица и без указания уникального номера записи об аккредитации в реестре аккредитованных лиц.

В соответствии с пунктом 1 статьи 4 Федерального закона от 28.12.2013 № 412-ФЗ «Об аккредитации в национальной системе аккредитации» (далее Федеральный закон об аккредитации) аккредитацией в национальной системе аккредитации (далее также - аккредитация) является подтверждение национальным органом по аккредитации соответствия юридического лица или индивидуального предпринимателя критериям аккредитации, являющееся официальным свидетельством компетентности юридического лица или индивидуального предпринимателя осуществлять деятельность в определенной области аккредитации.

Пунктом 1 Положения о Федеральной службе по аккредитации, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 17.10.2011 № 845, уполномоченным федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции национального органа по аккредитации, является Федеральная служба по аккредитации (Росаккредитация).

В соответствии с пунктом 5 статьи 4 Федерального закона об аккредитации аккредитованным лицом является юридическое лицо независимо от организационно-правовой формы или индивидуальный предприниматель, получившие аккредитацию в порядке, установленном данным Федеральным законом. Согласно пункту 1 части 2 статьи 13 Федерального закона об аккредитации аккредитованные лица имеют право осуществлять деятельность в соответствующей области аккредитации.

Согласно части 2 статьи 20 Федерального закона от 27.12.2002 № 184-ФЗ «О техническом регулировании» обязательное подтверждение соответствия осуществляется в формах: принятия декларации о соответствии; обязательной сертификации.

Согласно статье 2 Федерального закона от 27.12.2002 № 184-ФЗ «О техническом регулировании» сертификация - форма осуществляемого органом по сертификации подтверждения соответствия объектов требованиям технических регламентов, документам по стандартизации или условиям договора; сертификат соответствия - документ, удостоверяющий соответствие объекта требованиям технических регламентов, документам по стандартизации или условиям договоров.

ООО «Септима» сообщило, что из текста рекламы следует, что речь идет

о помощи (консультации) при оформлении и получении сертификатов. По мнению ООО «Септима», содержание рекламы отсылает на сайт Общества, на котором указано, что центр сертификации VIPTEST является консалтинговой компанией в области стандартизации продукции, оказывает содействие в подборе наиболее подходящих официальных аккредитованных органов и лиц для оценки соответствия продукции. На данном сайте указан партнер ООО «Септима» - испытательная лаборатория ООО «Рускомсерт», которое состоит в реестре аккредитованных лиц.

Комиссия Московского УФАС России полагает необходимым установить следующее.

Как было отмечено выше, реклама должна быть направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования. В данном случае объектом рекламирования выступают работы и услуги по оценке (подтверждению) соответствия.

Цель рекламы заключается в доведении до потребителя информации об объекте рекламирования, в том числе, информации необходимой в соответствии с законодательством Российской Федерации о рекламе.

Соответственно, в рекламе в виде баннеров (графических изображений) и текстового блока нет ограничений в донесении до потребителя информации, если в них присутствует гиперссылка (элементы, при нажатии на которые происходит переход на интернет-страницу/страницу скачивания приложения), на которой содержится информации о товарах. Потребитель рекламы может перейти по гиперссылке на определенную страницу сайта, но при этом не осуществлять последующий поиск на других сайтах.

Исходя и вышеизложенного, иные страницы, помимо страницы, на которую непосредственно осуществляется переход с рекламного объявления, не могут рассматриваться в совокупности с рекламой.

Таким образом, Комиссия Московского УФАС приходит к выводу, что оценивая рекламу в сети Интернет как взаимосвязанную (т. е. состоящую из самой рекламы и страницы сайта в сети Интернет, на которую пользователь переходит при клике (виртуальном нажатии) на рекламу), необходимо указать, что информация, размещенная на сайте, на который пользователь переходит при нажатии гиперссылки в тексте рекламы без последующего перехода на посторонние сайты, воспринимается как часть рекламы.

В связи с этим, Комиссия Московского УФАС России рассматривает рекламу как текстовый блок, размещенный в системе контекстной

рекламы «Яндекс.Директ», в совокупности с Интернет-страницей <https://vptst.com/>, на которую осуществляется переход при нажатии на гиперссылку.

В материалы заявления представлен скриншот Интернет-страницы <https://vptst.com/> от 01.12.2021. Как следует из представленного скриншота, в сети Интернет по адресу <https://vptst.com/> была размещена в том числе следующая информация: «Получение сертификата таможенного союза. Подготовка документов за вас...». Из буквального толкования спорной рекламы в совокупности с содержанием Интернет-страницы <https://vptst.com/> на момент 01.12.2021 следует, что при обращении по указанному объявлению возможно оформить сертификат соответствия.

В ответ на запрос Московского УФАС России ООО «Яндекс» сообщило, что спорная реклама была размещена в рамках договора возмездного оказания услуг № 1217561/20 от 01.11.2020, заключенного между ООО «Яндекс» и ИП Сафоновым В.В.

ИП Сафонов В.В. сообщил, что размещение спорной рекламы осуществлялось с участием ООО «Септима» (между ООО «Септима» и ИП Сафоновым В.В. заключен договор комиссии № 02112020 от 02.11.2020), ООО «Рускомсерт».

ООО «Рускомсерт» сообщило, что не предоставляло ООО «Септима» право на распространение спорной рекламы от имени и по поручению ООО «Рускомсерт». Таким образом, ООО «Рускомсерт» не принимало участие в размещении спорной рекламы.

По мнению Комиссии, то обстоятельство, что ООО «Рускомсерт» состоит в реестре аккредитованных лиц, не означает, что в спорной рекламе отсутствует нарушение пункта 6 статьи 7 Закона о рекламе, так как в настоящем случае объектом рекламирования выступают услуги по оформлению сертификата соответствия, оказываемые ООО «Септима», а не ООО «Рускомсерт».

Комиссией Московского УФАС России установлено, что ИП Сафонов В.В., ООО «Септима» отсутствуют в реестре аккредитованных лиц, размещенном на сайте Росаккредитации (<https://pub.fsa.gov.ru/ral>). Соответственно ИП Сафонов В.В., ООО «Септима» не имеют аккредитации в национальной системе аккредитации.

Таким образом, в контекстной рекламе работ и услуг по оценке (подтверждению) соответствия, ведущей на сайт <https://vptst.com/>, распространявшейся в период с 23.06.2021 по настоящее время в системе «Яндекс.Директ», установлено нарушение пункта 6 статьи 7

Закона о рекламе.

В соответствии с частями 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе рекламодатель и рекламораспространитель несут ответственность за нарушение требований, установленных статьей 7 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо. Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламораспространителем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Московским УФАС России установлено, что рекламораспространителем спорной рекламы является ООО «Яндекс». Данное обстоятельство ООО «Яндекс» не оспаривается.

На основании представленных в Московское УФАС России материалов и сведений, следует, что рекламодателем, то есть лицом, **определившим объект рекламирования и (или) содержание рекламы, является ООО «Септима».**

Таким образом, в действиях ООО «Яндекс», ООО «Септима» установлено нарушение пункта 6 статьи 7 Закона о рекламе, выразившееся в распространении рекламы работ или услуг по оценке (подтверждению) соответствия, в том числе по приему и рассмотрению документов, необходимых для выполнения указанных работ и (или) оказания услуг, осуществляемых лицами, не имеющими аккредитации в национальной системе аккредитации (в случае, если получение такой аккредитации предусмотрено законодательством Российской Федерации).

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее — Правила), 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.

В дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы с нарушением Закона о рекламе, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на основании которых рассматриваемая реклама с нарушением Закона о рекламе 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 приходит к выводу о необходимости выдачи ООО «Яндекс», ООО «Септима» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно распространения рекламы с нарушением пункта 6 статьи 7 Закона о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать ООО «Яндекс», ООО «Септима» нарушившими требования пункта 6 статьи 7 Закона о рекламе при распространении в период с 23.06.2021 по настоящее время в системе «Яндекс.Директ» рекламы следующего содержания:

«Получить сертификат соответствия! Без предоплаты!... Расчет цены — 15 мин! Помощь! Звоните! 3230 сертификатов выдано. Скидка на продление....ТР ТС. ГОСТ Р...».

2. Выдать ООО «Яндекс», ООО «Септима» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Прекратить рассмотрение по делу № 077/05/7-1945/2022 в отношении ИП Сафонова В.В., ООО «Рускомсерт».

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для решения вопроса о возбуждении 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

<...>а

Члены Комиссии

<...>а

<...>а