

ОПРЕДЕЛЕНИЕ
о продлении срока рассмотрения дела № 39/16

19 апреля 2016 г.
Новосибирск

г.

Комиссия Новосибирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы И.В. Волохина,

члены Комиссии: Е.А. Скоп – главный специалист-эксперт отдела рекламы

В.Ю. Строгин – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы,

рассмотрев дело № 39/16, возбужденное по факту размещения в феврале 2016 г. на сайте в сети Интернет: <http://news.ngs.ru/articles/2371613/> информации, с признаками нарушения:

- п.1 ч.2 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе): недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;

- п.1 ч.3 ст.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;

- п. 20 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе: недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара,

УСТАНОВИЛА:

19.04.2016 г. на рассмотрении дела Комиссией Новосибирского УФАС России представителем Частного образовательного учреждения высшего образования Центросоюза Российской Федерации «Сибирский университет потребительской кооперации» (далее – СибУПК, университет) были представлены документы и пояснения (вх. № 3048 от 08.04.2016 г.). Из представленных пояснений следует, что на информацию, являющуюся предметом разбирательства по настоящему делу, не распространяется Закон о рекламе, в том числе нормы статьи 5, на основании которых указанная информация квалифицирована как недостоверная реклама, содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

Кроме того, как указывает представитель СибУПК, университет не размещал

рассматриваемую рекламную информацию.

СИБУПК исходит в своих доводах из того, что между университетом и ООО «ЯНДЕКС» заключен Договор №21715/12 возмездного оказания услуг от 28 мая 2012 года.

В соответствии с п. 1.1 Договора, п. 1 Приложения №1 к Договору, Яндекс принимает на себя обязательства оказать, а Заказчик (СИБУПК) обязуется принять и оплатить рекламные услуги, связанные с размещением рекламных материалов Заказчика в сети Интернет, в частности услуги «Рекламная кампания в сети Интернет на проекте «Яндекс. Директ».

Согласно п. 2.1 Приложения №1 Договору, материалы Заказчика размещаются на условиях, обязательных для соблюдения Сторонами, изложенных в документе «Оферта на оказание услуг «Яндекс.Директ», размещенных в свободном доступе в сети Интернет по адресу: <http://direct.yandex.ru/oferta.rtf>.

В силу п.п. 3.3, 3.3.1, 3.3.2 Оферты на оказание услуг «Яндекс.Директ», рекламодатель самостоятельно осуществляет подготовку и редактирование рекламной кампании, в том числе составление/изменение рекламных объявлений, подбор ключевых слов, в соответствии с установленной формой в подразделе «Создать кампанию» сайта Яндекс.Директ. При этом, доступ к указанной форме для создания рекламной кампании рекламодателю предоставляется через клиентский веб-интерфейс после авторизации в качестве зарегистрированного пользователя сайта Яндекс.ру.

Согласно абзацу четырнадцатого пункта 1.1 Оферты на оказание услуг «Яндекс.Директ», рекламная кампания - это совокупность заказанных рекламодателем рекламных объявлений, в отношении которых после заключения договора осуществляется оказание услуг в соответствии с определенными рекламодателем условиями размещения. Каждая рекламная кампания имеет свой уникальный номер <...> присваиваемый Яндексом при ее создании рекламодателем, и может содержать одно или несколько рекламных объявлений.

Действительно, как указывает представитель, в период с 02 по 10 февраля 2016 года СИБУПК проводил в сети Интернет рекламные кампании, которые включали рекламные материалы (объявления), созданные через клиентский веб-интерфейс с использованием установленной формы в подразделе «Создать кампанию» сайта Яндекс.Директ.

Согласно представленным в материалы дела скриншотам, СИБУПК в период с 15.06.2015 г. по настоящее время осуществляет рекламную кампанию «Головной вуз» №13558128, которая включает 3 активных объявления со следующими текстами:

- Торговый университет (СИБУПК). ВУЗ в Новосибирске. Общежитие иногородним. Прием документов с 1 марта. Адрес и телефон, siburk.su (объявление № М- 1039686679);
- Заочное обучение/siburk.su. Высшее образование в СИБУПК. Прием документов с 1.1)3.2016. Ждем Вас! Адрес и телефон, siburk.su (объявление № М-1064659480);
- Куда поступать в Новосибирске? Торговый ВУЗ СИБУПК. Иногородним -

общезнание. Прием документов с 1 марта. Адрес и телефон, sibupk.su (объявление № М- 1064659483).

Согласно же п.1 письма ООО «ЯНДЕКС» от 04.03.2016 г. №288-03/16, имеющегося в материалах дела, «по имеющейся у Яндекс информации, посредством сервиса «Яндекс.Директ» размещались рекламные объявления в следующей редакции:

1. Два идентичных рекламных объявления содержания «Котел каракан! / Отопительный котел! Длительного горения! На твердом топливе! Доставка! Жми! / ochagi74.ru» (внутренние номера рекламных объявлений № М- 1568383323 и № М- 1568388842 (далее оба рекламных объявления совместно именуются «Реклама 1»),
1. «Торговый университет (СибУПК) / Лучший ВУЗ Новосибирска. Общежитие иногородним. Прием документов с 1 марта. / sibupk.su» (далее - «Реклама 2»).

По мнению университета, из указанных пунктов письма ООО «ЯНДЕКС» следует, что Реклама 2 (в отличие от Рекламы 1 и объявлений, входящих в рекламную кампанию «Головной вуз», имеющих в личном кабинете СибУПК в подразделе «Мои кампании» сайта Яндекс.Директ) не имеет уникального номера, присвоенного Яндексом при ее создании рекламодателем.

Согласно пункту 4 письма ООО «ЯНДЕКС» от 04.03.2016 г. №288-03/16, Яндекс не располагает макетами или распечатками Рекламы 2, равно как и у ООО «НГС» отсутствует распечатка рекламной информации и данные о периоде размещения рассматриваемой рекламы.

Таким образом, как указывает СибУПК, исходя из того, что уникальный номер <...> присвоенный Яндексом, является обязательным признаком рекламной кампании, рассматриваемая информация, не является рекламной кампанией в значении, определенном в абзаце четырнадцатом пункта 1.1 Оферты на оказание услуг «Яндекс.Директ», и она не могла попасть в систему «Яндекс.Директ», в связи с чем представитель полагает, что в материалах дела отсутствуют надлежащие доказательства создания СибУПК рекламного объявления и размещения как рекламодателем (заказчиком услуг по размещению) в сети Интернет на сайте <http://news.ngs.ru/articles/2371613/> информации следующего содержания: «Торговый университет (СибУПК) Лучший ВУЗ Новосибирска. Общежитие иногородним. Прием документов с 1 марта, sibupk.su Адрес и телефон».

Рассмотрев указанные пояснения и материалы дела, в соответствии с пунктом 27 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Продлить срок рассмотрения дела по признакам нарушения Федерального закона «О рекламе» № 39/16 до 18 мая 2016г.
2. Рассмотрение дела №39/16 отложить.
3. Назначить рассмотрение дела №39/16 на «19» мая 2016 г. в 15-00 часов по адресу: г. Новосибирск, ул. Кирова, 3, кабинет № 1007.

4. Привлечь в качестве заинтересованного лица ООО «Яндекс» (ИНН/КПП 7736207543/770401001, юридический адрес: 119021, г. Москва, ул. Льва Толстого, д. 16).

5. ООО «Яндекс» до 16.05.2016 г. представить в адрес Новосибирского УФАС России:

- письменные пояснения по поводу отсутствия в рассматриваемой рекламе номера объявления;

- отзыв на данное определение.

6. СибУПК до 16.05.2016 г. представить в адрес Новосибирского УФАС России:

- лицензию на осуществление образовательной деятельности со всеми приложениями;

- документы, подтверждающие реализацию образовательных учебных программ на возмездной и безвозмездной основе (в том числе: договоры с обучающимися лицами, приказы о зачислении студентов на бюджетные места, утвержденные программы обучения);

- сведения о принадлежности электронного адреса «..» сотруднику (отделу) СибУПК;

- письменные пояснения о порядке закрепления электронных адресов за сотрудниками СибУПК;

- письменные пояснения о порядке согласования рекламных макетов, размещаемых СибУПК в системе «Яндекс Директ» (начиная с момента формирования текста рекламного объявления, до утверждения руководителем и дальнейшего размещения).

Документы представляются в копиях, в прошитом виде, заверенные уполномоченным должностным лицом, с сопроводительным письмом, с указанием всех приложений. В случае отсутствия какого-либо из перечисленных документов необходимы письменные пояснения.

Согласно ч. 6 ст.19.8 Кодекса РФ об административных правонарушениях, непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации) влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двух тысяч до десяти тысяч рублей; на юридических лиц - от двадцати тысяч до двухсот тысяч рублей.

Явка лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, либо представителя с надлежащим образом оформленной доверенностью, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна.

В соответствии с ч. 25 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел,

возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, стороны и заинтересованные лица со дня возбуждения дела вправе знакомиться с материалами дела (за исключением сведений, составляющих государственную и иную охраняемую законом тайну) и делать выписки из них; давать устные и письменные объяснения; представлять доказательства по делу и участвовать в их исследовании; заявлять ходатайства; делать заявления; возражать против заявлений и доводов других лиц; пользоваться другими правами, предусмотренными законодательством Российской Федерации.