

ООО «Яндекс.Лавка»

<...>

ООО «Яндекс»

<...>

## **РЕШЕНИЕ**

по делу № 077/05/5-9658/2023

«04» октября 2023 года г. Москва

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 № 077/05/5-9658/2023 по признакам нарушения

ООО «Яндекс» (ИНН:7736207543), ООО «Яндекс.Лавка» (ИНН:9718101499) пункта

4 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее

— Закон о рекламе), выразившегося в распространении 09.05.2023 в мобильным

приложении «Пикабу» рекламы следующего содержания:

Реклама 1. *«Яндекс.Станция Мини (с часами), черный оникс, 1 шт. Это компактная колонка, которая управляется голосом. У нее есть встроенный... 5593*

*Подробнее»;*

Реклама 2. *«Умная колонка Яндекс.Станция 2 с Алисой, антрацит... Колонка поддерживает Wi-Fi и потоковые аудиосервисы, у нее чистый и ровный звук...*

11893 Подробнее»,

в присутствии представителей ООО «Яндекс» и ООО «Яндекс.Лавка» (по доверенности),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/5-9658/2023 возбуждено Московским УФАС России на основании заявления физического лица относительно распространения 09.05.2023 в

мобильным приложении «Пикабу» рекламы следующего содержания:

*Реклама 1. «Яндекс.Станция Мини (с часами), черный оникс, 1 шт. Это компактная колонка, которая управляется голосом. У нее есть встроенный... 5593*

*Подробнее»;*

*Реклама 2. «Умная колонка Яндекс.Станция 2 с Алисой, антрацит... Колонка поддерживает Wi-Fi и потоковые аудиосервисы, у нее чистый и ровный звук...*

11893 Подробнее».

Распространение указанной рекламы подтверждается представленными в

заявлении скриншотами, а также видеозаписью.

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 реклама распространяемая

в сети Интернет в приложении «Пикабу».

Таким образом, сведения были распространены широкому заранее

неопределенному кругу лиц, на территории Российской Федерации, в том числе г.

Москвы.

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.

На основании изложенного объектом рекламирования в настоящем случае

является музыкальная колонка Яндекс.Станция.

В силу пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается

реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о

стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других

условиях приобретения товара.

Из содержания рекламы буквально следует, что клиент может приобрести

*Яндекс.Станцию Мини (с часами), черный оникс, 1 шт за 5593 рублей, а Умную*

*колонку Яндекс.Станция 2 с Алисой за 11893 рублей.*

Вместе с тем, в приложении отсутствует возможность оформить заказ на

данные товары за указанные в рекламе стоимости – приложение предлагает

оформить заказ за 7999 руб. и 16999 руб. соответственно. Вместе с тем, при

прочтении рекламы потребитель может оказаться в замешательстве, в связи с

неопределенностью цены Яндекс.Станций.

В связи с чем заявитель обратился в служебную поддержку «Яндекс.Маркет»

через чат в мобильном приложении. В своем обращении заявитель указал, что

увидел рекламу о продаже товара «Яндекс.Станция Мини (с часами), черный оникс»

за 5593 руб. и «Умная колонка Яндекс.Станция 2 с Алисой, антрацит» за 11893 руб.

и ссылкой, ведущей к ним в приложение.

Представитель поддержки ООО «Яндекс» ответил, что в рекламе указаны

даты (17 - 19 мая 2023), в которые действует акционная цена, и предложил

дождаться этой даты и оформить заказ в эти дни. Однако после наступления

указанной даты стоимость указанных товаров при оформлении не изменилась.

Между тем, Комиссия установила, что в материалы дела лицом, подавшим

заявление, представлены скриншоты рассматриваемой рекламы и скриншоты

переписки с технической службой, содержащая данные страницы сайта, который

открывается при клике на рекламный баннер.

Из содержания рекламы буквально следует, что клиент может приобрести

Яндекс.Станцию Мини (с часами), черный оникс, 1 шт за 5593 руб. и Умная колонка

Яндекс.Станция 2 с Алисой, антрацит за 11893 руб.

Вместе с тем, при оформлении заказа отсутствует возможность заказа по

данным ценам, вместо этого приложение предлагает оформить заказ на

Яндекс.Станцию Мини (с часами), черный оникс» за 7999 руб., а Умную колонку

Яндекс.Станция 2 с Алисой, антрацит» за 16999 руб.

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе за нарушение требований, предусмотренных частью 3 статьи 5 Закона о рекламе ответственность несет

рекламодатель.

Резюмируя изложенное, при распространении указанной рекламы усматриваются признаки нарушения пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе,

выразившегося в распространении в приложении Пикабу рекламы, которая

содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене

товара порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

На основании изложенного, Комиссия приходит к выводу о наличии в рассматриваемой рекламе нарушения пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе,

выразившегося в распространении недостоверной рекламы, которая содержит не

соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце

рекламируемого товара.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе,

является ненадлежащей.

Таким образом, распространяемая 09.05.2023 в мобильном приложении «Пикабу» рекламы следующего содержания:

*Реклама 1. «Яндекс.Станция Мини (с часами), черный оникс, 1 шт. Это компактная колонка, которая управляется голосом. У нее есть встроенный... 5593*

*Подробнее»;*

*Реклама 2. «Умная колонка Яндекс.Станция 2 с Алисой, антрацит... Колонка поддерживает Wi-Fi и потоковые аудиосервисы, у нее чистый и ровный звук...*

*11893 Подробнее», является ненадлежащей.*

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе за нарушение пункта 4

части 3 статьи 5 Закона о рекламе ответственность несет рекламодатель.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе под рекламодателем понимается

изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования

и (или) содержание рекламы лицо.

Комиссия установила, что рекламодателем рекламы 1 является

ООО «Яндекс.Лавка», рекламодателем рекламы 2 является ООО «Яндекс».

Обратного в материалы дела не представлено.

На основании изложенного в действиях ООО «Яндекс», ООО «Яндекс.Лавка»

при распространении 09.05.2023 в мобильном приложении «Пикабу» рекламы

следующего содержания:

*Реклама 1. «Яндекс.Станция Мини (с часами), черный оникс, 1 шт. Это компактная колонка, которая управляется голосом. У нее есть встроенный... 5593*

*Подробнее»;*

Реклама 2. «Умная колонка Яндекс.Станция 2 с Алисой, антрацит... Колонка поддерживает Wi-Fi и потоковые аудиосервисы, у нее чистый и ровный звук...

11893 Подробнее» установлено нарушение пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о

рекламе.

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел,

возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о

рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от

24.11.2020 № 1922 (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.

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 «Яндекс», ООО «Яндекс.Лавка» предписания

о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе с

нарушением пункта 4 статьи 3 Закона о рекламе, в том числе в печатных изданиях.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-47 Правил, Комиссия Московского УФАС

России

РЕШИЛА:

1. Признать ООО «Яндекс», ООО «Яндекс.Лавка» нарушившими требования

пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе при распространении 09.05.2023 в

мобильным приложении «Пикабу» рекламы следующего содержания:

*Реклама 1. «Яндекс.Станция Мини (с часами), черный оникс, 1 шт. Это*

*компактная колонка, которая управляется голосом. У нее есть встроенный... 5593*

*Подробнее»;*

*Реклама 2. «Умная колонка Яндекс.Станция 2 с Алисой, антрацит... Колонка поддерживает Wi-Fi и потоковые аудиосервисы, у нее чистый и ровный звук...*

*11893 Подробнее».*

2. Выдать ООО «Яндекс», ООО «Яндекс.Лавка» предписание о прекращении

нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Решение может быть обжаловано в Арбитражный суд г. Москвы в порядке,

предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской

Федерации.

Председатель комиссии <...>а

Члены комиссии:

<...>а

<...>а