

РЕШЕНИЕ

по делу № 077/05/5-9187/2020

«03» июля 2020 года

г. Москва

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

председателя Комиссии: <...>ой,

членов Комиссии: <...>ой, <...>ой,

рассмотрев дело № 077/05/5-9187/2020, возбужденное в отношении Университета

«Синергия»

(ОГРН

1037700232558,

ИНН/КПП

7729152149/770201001), относительно распространения в период с 25.12.2019 по 17.02.2020 в системе «Яндекс. Директ» рекламы следующего содержания:

«Тольяттинский заочный университет. 10 факультетов. Трудоустройство.

Заочное образование Заявка онлайн. Факультеты. Обучение. SYNERGY.RU» с

признаками нарушения

части 7 статьи 5

Федерального закона

от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося

в распространении рекламы, в которой отсутствует часть существенной

информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или

использования, при котором искажается смысл информации и вводятся в

заблуждение потребители рекламы,

в присутствии представителей: Университета «Синергия» в лице <...> (по

доверенности № б/н от 16.09.2019), ФГБОУ ВО «Тольяттинский

государственный университет» в лице <...> (по доверенности № 266 от

29.12.2018),

в отсутствие ООО «Яндекс», ООО «Клик.Ру» (уведомлены надлежащим

образом),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/5-9187/2020 возбуждено в отношении Университета

«Синергия»

на основании заявления

ФГБОУ ВО «Тольяттинский

государственный университет» по факту распространения в период с 25.12.2019

по 17.02.2020 в системе «Яндекс. Директ» рекламы следующего содержания:

«Тольяттинский заочный университет. 10 факультетов. Трудоустройство.

Заочное образование Заявка онлайн. Факультеты. Обучение. SYNERGY.RU».

Не установив оснований для отложения или приостановления

рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные

доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о

рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим

2020-43153(1)

ВЫВОДАМ.

Университет «Синергия» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 18.02.2003 за основным государственным регистрационным номером 1037700232558, ИНН/КПП 7729152149/770201001.

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.

Рассматриваемая реклама распространялась посредством сети Интернет, а равно была доступна неограниченному кругу лиц-потребителей рекламы.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе объектом рекламирования является 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 настоящем случае объектом рекламирования являются образовательные услуги, оказываемые Университетом «Синергия».

На основании изложенного рассматриваемая информация является рекламой, что сторонами по делу не оспаривается.

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.

Предметом рассмотрения является распространение в период с 25.12.2019 по 17.02.2020 в системе «Яндекс. Директ» рекламы следующего содержания:

«Тольяттинский заочный университет. 10 факультетов. Трудоустройство. Заочное образование Заявка онлайн. Факультеты. Обучение. SYNERGY.RU».

Из материалов дела следует, что при клике на рекламный баннер происходил переход на страницу сайта в сети Интернет по адресу:

<https://synergy.ru/lp/vpo/?>

utm_source=yandex_s&utm_medium=cpc&utm_campaign=zao.5162766.475986132020-43153(1)

3

&utm_term=%D0%A2%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D1%8F

%D1%82%D1%82%D0%B8%D0%BD%D1%81%D0%BA

%D0%B8%D0%B9%20%D0%B7%D0%B0%D0%BE%D1%87%D0%BD

%D0%BE.-.-.all&utm_content=8287388642.premium.2&h1=%D0%A3%D0%BD

%D0%B8%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%B8%D1%82%D0%B5%D1

%82%20%D0%97%D0%B0%D0%BE%D1%87%D0%BD%D0%BE&h2=

%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B4%20%D0%A2%D0%BE
%D0%BB%D1%8C%D1%8F%D1%82%D1%82%D0%B8&h3=%D0%9F
%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%83%D0%BF%D0%B8%20%D0%BF
%D1%80%D1%8F%D0%BC%D0%BE
%20%D1%81%D0%B5%D0%B9%D1%87%D0%B0%D1%81!

&yclid=2432002426816201610, где содержалась информация: «Университет заочно город Тольятти поступи прямо сейчас! Получи консультацию, и узнай минимальный проходной балл в 2020 году, оставив заявку...».

Из содержания рекламы, а также ключевых слов, по которым она отображалась пользователям, следует, что объектом рекламирования являются образовательные услуги, оказываемые Тольяттинским заочным университетом. Вместе с тем, из содержания сайта, на который происходил переход при клике на рекламу, следует, что услуги предоставляются не Тольяттинским заочным университетом, а Университетом Синергия, который находится по адресу: 125190, г. Москва, Ленинградский пр-т, д. 80Г, и согласно выписке из Единого государственного реестра юридических лиц филиала в г. Тольятти не имеет.

Также исходя из содержания рассматриваемой рекламы, при выборе потребителем заочной формы обучения в Университете Синергия ему будут доступны 10 факультетов для зачисления, при этом из содержания сайта, на который происходил переход при клике на рекламу, следует, что для заочной формы обучения доступно только 6 программ при одновременном указании на 24 факультета.

На заседании Комиссии представитель ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет» поддержал доводы заявления.

Представителем Университета Синергия были заявлены доводы о несогласии с вменяемым нарушением, поскольку указание в рекламе на «Тольяттинский ... университет» подразумевало направленность рекламы на жителей г. Тольятти, желающих получить образование, а «... заочный университет» - возможность получения образования не по очной форме обучения, без личного посещения образовательного учреждения. Также представитель Университета Синергия пояснил, что в тексте рекламы указан сайт synergy.ru и изображение, на котором содержится надпись «Синергия», из чего в совокупности потребители могли иметь однозначное представление о том, что услуги будут оказываться именно Университетом Синергия.

Вместе с тем, Комиссия Управления, изучив материалы дела, в том числе 2020-43153(1)

4

само содержание рекламы и те ключевые слова, которые были выбраны для ее показа (Тольяттинский заочно, «Тольяттинский заочно»), не может согласиться с доводами представителя Университета Синергия поскольку подобная трактовка рекламы не соотносится с ее дословным содержанием, которое исходя из позиции представителя Университета Синергия буквально имеет смысл «Поступи на заочную форму обучения в г. Тольятти» и т. п. При этом выбор указанных фраз в тексте самой рекламы и ключевых слов, представленных словосочетанием «Тольяттинский университет», полностью повторяющих часть фирменного наименование заявителя, как минимум создает впечатление о том, что образовательные услуги будут оказываться учреждением, расположенным на территории г. Тольятти. Указанное не может быть опровергнуто тем фактом, что в тексте рекламы содержится указание на название сайта и изображение со словом «Синергия», поскольку данные

обстоятельства не имеют прямого ассоциативного восприятия именно с деятельностью Университета Синергия, поскольку слово «синергия» само по себе имеет самостоятельное значение.

Вместе с тем, как указано выше, Университет Синергия находится на территории г. Москвы и филиала в г. Тольятти не имеет.

Относительно спорного содержания рекламы в части количества факультетов и программ обучения представитель Университета Синергия пояснил, что указание в тексте рекламы на возможность обучения по заочной форме на 10 факультетах является достоверной информацией и не опровергается содержанием сайта, на который происходил переход, поскольку в действительности абитуриент может поступить на данное количество факультетов, при этом диплом государственного образца может быть получен только по 6 программам, что по сути является дополнительной информацией. В свою очередь, Комиссия Управления оценивает заявленные доводы критически, поскольку информация о программах, по которым можно получить диплом государственного образца, является существенной, так как она подразумевает исключение как минимум в виде 4 программ или факультетов, по которым диплом будет иного образца. При этом тот факт, что в рекламе по данному поводу не было сделано ни одной оговорки, позволяет Комиссии сделать вывод, что Общество полагало достаточным указать информацию частично, рассчитывая на то, что потребитель, желающий получить полную информацию, ознакомится с ней в сети «Интернет». Одновременно данный подход хозяйствующего субъекта представляется непрофессиональным и безответственным, поскольку Общество как лицо, намеренное оказывать образовательные услуги, обязано должным образом доводить до потенциальных студентов условия получения образования и формировать текст рекламы предпочтительным для себя способом, но с соблюдением требований законодательства Российской Федерации о рекламе, чего в рассматриваемом случае Обществом сделано не было.

2020-43153(1)

5

Подобная позиция Комиссии полностью соотносится с положениями законодательства Российской Федерации о рекламе в целом и требованиями части 7 статьи 5 Закона о рекламе в частности.

Таким образом, распространенная в период с 25.12.2019 по 17.02.2020 в системе «Яндекс. Директ» реклама следующего содержания: «Тольяттинский заочный университет. 10 факультетов. Трудоустройство. Заочное образование Заявка онлайн. Факультеты. Обучение. SYNERGY.RU» содержит признаки нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, что привело к искажению смысла информации и ввело в заблуждение потребителей рекламы.

Таким образом, при распространении спорной рекламы установлено нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе, в соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является изготовитель или продавец товара, либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно материалам дела рассматриваемая реклама размещалась на

основании договоров, заключенных между ООО «Яндекс» и ООО «Клик.ру» (№ 32246/15 от 01.03.2015), ООО «Клик.ру» и Университетом Синергия (№ 1049496/30814/2 от 08.08.2018), при этом лицом, определившим содержание рекламы является Университет Синергия, что последним не оспаривается. Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях Университета Синергия при распространении рекламы в системе

«Яндекс.Директ», установлено нарушение части 7 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 (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. Также, в дело не представлено документальных доказательств 2020-43153(1)

6
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 Университету Синергия предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации 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 РЕШИЛА:

1. Признать Университет Синергия нарушившим требования части 7 статьи 5 Закона о рекламе при распространении в период с 25.12.2019 по 17.02.2020 в системе «Яндекс. Директ» рекламы следующего содержания: «Тольяттинский заочный университет. 10 факультетов. Трудоустройство. Заочное образование Заявка онлайн. Факультеты. Обучение. SYNERGY.RU», в

которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, что привело к искажению смысла информации и ввело в заблуждение потребителей рекламы.

2. Выдать

Университету Синергия

предписание

о прекращении

нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке,

предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса

Российской Федерации.

Председатель Комиссии

<...>а

Члены Комиссии

<...>а

2020-43153(1)

7

<...>а

2020-43153(1)