ООО «Копейский кирпичный

завод»

454106, г. Челябинск,

пр. Победы, д. 186-А,

нежилое помещение 2

ООО ТК «Урал»

454021, г. Челябинск,

ул. Вандышева, 4

РЕШЕНИЕ

16 января 2020 года г. Челябинск, пр. Ленина, 59

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее – Челябинское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председателя Комиссии: <…>, руководителя

Челябинского УФАС России;

членов Комиссии: <…>, начальника отдела контроля

торгов и органов власти

Челябинского УФАС России;

<…>, главного специалиста-эксперта

отдела антимонопольного контроля

Челябинского УФАС России,

рассмотрев дело № 074/05/5-2603/2019, возбужденное в отношении общества с ограниченной ответственностью Торговая компания «Урал» (далее - ООО ТК «Урал») по факту распространении рекламы общества в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» в системе «Яндекс.Директ» с признаками нарушения требований пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»),

в присутствии представителя ООО ТК «Урал» - <…> по доверенности от 09.01.2020,

в отсутствии представителя ООО «Копейский кирпичный завод», надлежащим образом уведомленного о времени и месте рассмотрения дела и не заявившего о рассмотрении дела в отсутствие его представителя,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее - Челябинское УФАС России) поступило заявление общества с ограниченной ответственностью «Копейский кирпичный завод» (далее – Заявитель) о ненадлежащей рекламе строительной торговой компании «Рост» (ООО ТК «Урал»), распространяемой в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» при выдаче гиперссылки на Интернет-ресурс likolor74.com в поисковой системе «Яндекс».

Из представленного с обращением скрин-шота усматривается, что при запросе сведений «**Лучший** кирпич на Урале» в поисковой системе «Яндекс» получен результат поиска: «**Лучший** облицовочный кирпич Урала / likolor74.com. Premium – кирпич с пожизненной гарантией на цвет. Цена облицовочного – от 8.6 р /шт Контактная информация+7 (351) 700-07-12 пн-пт 8:30-17:30 Челябинск» **с пометкой «реклама».**

Специалистами Челябинского УФАС России осуществлен поиск сведений «лучший кирпич на Урале» в поисковой системе «Яндекс», о чем составлен акт осмотра № 110-2019 от 11.10.2019.

В результате осмотра получен результат поиска «**Лучший** облицовочный кирпич Урала / likolor74.com. Premium – кирпич с пожизненной гарантией на цвет. Цена облицовочного – от 8.6 р /шт Контактная информация+7 (351) 700-07-12 пн-пт 8:30-17:30 Челябинск» с пометкой **«реклама».**

ООО «Яндекс» в письме вх. № 17456 от 04.12.2019 по запросу Челябинского УФАС России указало, что в сервисе «Яндекс.Директ» размещалось рекламное объявление с текстом «**Лучший** облицовочный кирпич Урала — Кирпич с гарантией на цвет / Premium кирпич с пожизненной гарантией на цвет. Цена облицовочного - от 8.6 р/шт /likolor74.com». Реклама размещена в рамках договора, заключённого между Яндексом и ООО ТК «Урал» (ОГРН 1167456104177. ИНН 7448194760, адрес: 454030. г. Челябинск, ул. профессора Благих, д. 81, кв. 13, телефон +7 908 580-00-68, адрес электронной почты rost-rost-reklama@yandex.ru) на условиях Оферты на оказание услуг «Яндекс.Директ». опубликованной в сети Интернет по адресу https://yandex.ru/legal/oferta_direct/. Договор между Яндексом и рекламодателем был заключён посредством акцепта рекламодателем Оферты в порядке, предусмотренном разделом 7 Оферты.

ООО ТК «Урал» в письменных пояснениях вх. № 188 от 10.01.2020 указало, что признает факт нарушения рекламного законодательства. Однако, по мнению ООО ТК «Урал», ООО «Яндекс», автотаргетинг системы Яндекс.Директ и автоматическая модерация изначально не должны были предлагать размещать подобные рекламные объявления. В настоящее время нарушение устранено, в рекламу внесены изменения и Заявитель -ООО «Копейский кирпичный завод» не имеет каких-либо претензий в обществу.

Рассмотрев материалы дела, заслушав ООО ТК «Урал», Комиссия приходит к следующим выводам.

В поисковой системе «Яндекс» с использованием сервиса показа рекламных объявлений «Яндекс.Директ» размещена реклама «**Лучший** облицовочный кирпич Урала / likolor74.com. Premium – кирпич с пожизненной гарантией на цвет. Цена облицовочного – от 8.6 р /шт Контактная информация+7 (351) 700-07-12 пн-пт 8:30-17:30 Челябинск» **с пометкой «реклама».**

Факт размещения рекламы подтверждается скрин-шотами, представленными Заявителем, а также актом осмотра № 110-2019 от 11.10.2019, составленным специалистами Челябинского УФАС России.

ФАС России в письме от 25.09.2019 № АК/83509/19 «О разъяснении по вопросу рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» указало, что когда на странице результатов поисковой выдачи, помимо результатов поиска, также размещается информация, направленная на привлечение внимания к конкретному товару и его выделение среди иных товаров (например, всплывающий баннер, **информация с пометкой «реклама», размещенная посредством системы размещения контекстной рекламы**), такая информация является рекламой.

Согласно Правил показа рекламных объявлений системы «Яндекс.Директ», размещенных по ссылке https://yandex.ru/legal/direct_display_rules/ показ рекламных объявлений (далее по тексту также — «объявления») на рекламных местах может сопровождаться пометкой: «Яндекс.Директ», «Директ», **«реклама»**, « » или «Р».

В рекламе ООО ТК «Урал», размещенной в поисковой системе «Яндекс» с использованием сервиса показа рекламных объявлений «Яндекс.Директ» присутствует словосочетание «**Лучший** облицовочный кирпич Урала» с использованием сравнительной характеристики путем употребления слова «Лучший» без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение. Здесь же имеется **пометка «реклама».**

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального 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.

Данная норма вводит ограничительные требования к рекламе, в которой делаются сравнения. Из данного положения вытекает, что допускается сравнительная реклама, носящая правдивый характер. Сравнение может носить характер позитивный (когда свой продукт так же хорош, как и чужой) и негативный (когда свой товар превозносится по сравнению с конкурирующим продуктом).

В пункте 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано, что использование в рекламе сравнительной характеристики

объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

Документов, подтверждающих достоверность присутствующих в рекламе сведений «**Лучший облицовочный кирпич Урала**» (результаты маркетинговых исследований, заключение патентного поверенного и пр.) от ООО ТК «Урал» не поступило, у Челябинского УФАС России не имеется.

Поскольку отсутствует документальное подтверждение того, что предлагаемый ООО ТК «Урал» товар, в данном случае «кирпич» является лучшим облицовочным кирпичом Урала, а также в рекламе не указан критерий по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение, реклама со сведениями «**Лучший облицовочный кирпич Урала**..», размещенная в сервисе «Яндекс.Директ» с пометкой «реклама» нарушает пункт 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

На основании части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

В силу пункта 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем рекламы надлежит признать ООО ТК «Урал», заключившего договор (оферта) с ООО «Яндекс» на ее размещение и определившего объект рекламирования.

Доводы ООО ТК «Урал» о том, что ООО «Яндекс» должно было осуществлять контроль и не допускать размещение рекламы, не соответствующей требований рекламного законодательства, Комиссией не принимаются по следующим основаниям.

Согласно Правил показа рекламных объявлений системы «Яндекс.Директ», объявления могут быть показаны в том числе Рекламных местах:

2.1. на страницах результатов поиска сервиса Яндекс.Поиск (http://www.yandex.xx/);

2.5. на страницах результатов поиска по объявлениям (https://yandex.xx/search/ads) Яндекс.Директа — все объявления, для которых установлено рекламодателями в качестве критерия показа соответствующее ключевое слово/фраза;

2.6. на страницах результатов поиска на ресурсах партнеров Яндекса* и т.д.

При отборе объявлений для показа на Рекламных местах, указанных в п. 2.1, 2.3, 2.4, 2.5, 2.6 Правил, **учитывается ключевая фраза/слово/поисковый запрос** (в случае применения Рекламодателем дополнительной функциональности «Автотаргетинг»).

В силу пункта 3.3. Оферты на оказание услуг «Яндекс.Директ» **рекламодатель** (представитель Рекламодателя) **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 или соответствующей прикладной программы (в том числе для мобильных устройств) с учетом всех требований, определенных Офертой, если иное не согласовано Сторонами дополнительно. **Рекламодатель самостоятельно и в полном объеме несет предусмотренную законодательством ответственность как лицо, осуществившее с использованием предоставленных системой Яндекс.Директ возможностей приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму, и гарантирует соответствие составленных и предоставленных им для размещения Яндексом Рекламных объявлений всем требованиям действующего законодательства.**

Из пояснений представителя ООО ТК «Урал» на заседании Комиссии и материалов дела усматривается, что ключевая фраза/слово/поисковый запрос со словосочетанием «лучший кирпич», а также содержание рекламного объявления со словосочетанием «лучший кирпич» были определены ООО ТК «Урал», в связи с этим Комиссия считает вину общества в нарушении рекламного законодательства установленной.

Согласно пункту 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе при добровольном устранении лицом совершенного нарушения антимонопольный орган вправе не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

Специалистами Челябинского УФАС России установлено, что по состоянию на 14.01.2020 ООО ТК «Урал» внесло изменения в рекламу, слово «лучший» исключено и не используется, что подтверждается скрин-шотом.

В связи с изложенным, оснований для выдачи предписания у Челябинского УФАС России не имеется.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального 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 ненадлежащей, размещенную в октябре 2019 года в поисковой системе «Яндекс» посредством сервиса «Яндекс.Директ» рекламу ООО ТК «Урал» со сведениям: «Лучший облицовочный кирпич Урала / likolor74.com. Premium – кирпич с пожизненной гарантией на цвет. Цена облицовочного – от 8.6 р /шт Контактная информация+7 (351) 700-07-12 пн-пт 8:30-17:30 Челябинск», поскольку в

ней нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ООО ТК «Урал» не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Челябинского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в отношении ООО ТК «Урал» и его должностного лица.

Решение может быть обжаловано в суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии <…>

Члены Комиссии <…>

<…>