

Исх. №АЯ-08/13936 от 15.10.2020

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан по рассмотрению дел о нарушении законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: <...> – (должностное лицо)

Члены Комиссии: <...> – (должностное лицо)

<...> – (должностное лицо)

рассмотрев дело №016/05/5-1154/2020 в отношении ООО «Айклиник» (<...>), ООО «Гарант» (<...>) по факту распространения в поисковой системе «Яндекс» рекламы, с текстом: «Официальный сервис центр Самсунг Ремонт Самсунг! ...»; «Хуавей сервис Казань Официальный сервис Huawei...»; «Хуавей сервис Казань Официальный сервис Huawei...»; «Сервисный центр XIAOMI в Казани Официальный сервис...»; «Сервисный центр SONY Официальный сервис центр SONY...»; «Сервисный центр LG в Казани Официальный сервис LG...»; «Центр ASUS в Казани Официальный сервис центр ASUS...», которая имеет признаки нарушения Федерального закона от 13 марта 2006г. № 38-ФЗ «О рекламе»,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан поступило обращение Саитова Т.Ф. (вх. №6716/ж от 15.05.2020 г.) по факту распространения в поисковой системе «Яндекс» рекламы, с текстом: «Официальный сервис центр Самсунг Ремонт Самсунг! ...»; «Хуавей сервис Казань Официальный сервис Huawei...»; «Хуавей сервис Казань Официальный сервис Huawei...»; «Сервисный центр XIAOMI в Казани Официальный сервис...»; «Сервисный центр SONY Официальный сервис центр SONY...»; «Сервисный центр LG в Казани Официальный сервис LG...»; «Центр ASUS в Казани Официальный сервис центр ASUS...», которая имеет признаки нарушения Федерального закона от 13 марта 2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

Таким образом, в поисковой системе «Яндекс» распространялась контекстная реклама следующих сайтов сайтов:

<https://kazan.centr-samsung.ru/> с текстом рекламы: «Официальный сервис центр Самсунг Ремонт Самсунг!»,

<http://kazan.scentr-huawei.ru/> с текстом рекламы: «Хуавей сервис Казань Официальный сервис Huawei!»,

<http://kazan.centr-xiaomi.ru/> с текстом рекламы: «Сервисный центр XIAOMI в Казани Официальный сервис»,

<http://kazan.remont-sony.ru/> с текстом рекламы: «Сервисный центр Sony Официальный сервис центр Sony»,

<https://kazan.centr-lg.ru/> с текстом рекламы: «Сервисный центр LG в Казани Официальный сервис LG».

Согласно части 1 статьи 3 Закона «О рекламе» под рекламой понимается 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.

Объектом рекламирования, согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе, 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.

Объектом рекламирования в рассматриваемой рекламе выступает сервисная услуга по ремонту техники.

Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (пункт 3 статьи 3 Закона о рекламе).

Независимо от формы или используемого средства распространения реклама должна быть распознаваема без специальных знаний или без применения технических средств непосредственно в момент ее представления именно как реклама.

Таким образом, признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, сформировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

Содержание размещенной на прицепе информации свидетельствует о том, что она по своему содержанию и целевой направленности является рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования: услугам по приёму/покупке лома.

Как указано в Постановлении Конституционного Суда РФ от 04.03.1997 N 4-П "По делу о проверке конституционности статьи 3 Закона о рекламе, реклама рассматривается законодателем как средство продвижения товаров, работ и услуг на общий рынок Российской Федерации.

Согласно Международному кодексу рекламной практики под потребителем понимается любое лицо, к которому адресуется реклама, или которая может достичь его, вне зависимости от того, является ли он конечным потребителем, торговым клиентом или пользователем.

Экономической целью размещения рекламы для лица, осуществляющего производство, реализацию товара (работ, услуг), является продвижение и продажа товара (работ, услуг) оптовому покупателю и конечному потребителю.

Таким образом, информация со сведениями: «Официальный сервис центр Самсунг Ремонт Самсунг! ...»; «Хуавей сервис Казань Официальный сервис Huawei...»; «Хуавей сервис Казань Официальный сервис Huawei...»; «Сервисный центр XIAOMI в Казани Официальный сервис...»; «Сервисный центр SONY Официальный сервис центр SONY...»; «Сервисный центр LG в Казани Официальный сервис LG...»; «Центр ASUS в Казани Официальный сервис центр ASUS...», в силу статьи 3 Закона «О рекламе» является рекламой, поскольку направлена на привлечение внимания и формирование интереса со стороны потребителей к услугам сервисных центров.

Согласно информации, представленной ООО «Яндекс» реклама с текстом: «Официальный сервис центр Самсунг Ремонт Самсунг! ...»; «Хуавей сервис Казань Официальный сервис Huawei...»; «Хуавей сервис Казань Официальный сервис Huawei...»; «Сервисный центр XIAOMI в Казани Официальный сервис...»; «Сервисный центр SONY Официальный сервис центр SONY...»; «Сервисный центр LG в Казани

Официальный сервис LG...»; «Центр ASUS в Казани Официальный сервис центр ASUS...» была размещена в рамках договора возмездного оказания услуг № 74008/17 от 20.10.2017, заключенного между ООО «Яндекс» и ООО «АДВ-сервис» (<...>).

В ходе рассмотрения дела представитель ООО «АДВ-сервис» пояснил, что ООО «АДВ-сервис» не является рекламодателем. Сервис ООО «АДВ-сервис» «eLama» является автоматизированной системой, которая помогает рекламодателям в выборе способа распространения рекламы. Сервис «eLama» – платформа автоматизированная контекстной рекламы, который упрощает процесс работы с рекламными компаниями на Интернет-площадках (в рекламных системах). ООО «АДВ-сервис» не проводит модерацию рекламных объявлений со своей стороны. Рекламные объявления, созданные клиентами ООО «АДВ-сервис» в Сервисе «eLama», выгружаются в рекламные системы (в том числе, Яндекс.Директ) из Сервиса «eLama» автоматически.

Распространение в поисковой системе «Яндекс» рекламы, с текстом: «Официальный сервис центр Самсунг Ремонт Самсунг! ...»; «Хуавей сервис Казань Официальный сервис Huawei...»; «Хуавей сервис Казань Официальный сервис Huawei...»; «Сервисный центр XIAOMI в Казани Официальный сервис...»; «Сервисный центр SONY Официальный сервис центр SONY...»; «Сервисный центр LG в Казани Официальный сервис LG...»; «Центр ASUS в Казани Официальный сервис центр ASUS...» было осуществлено на основании акцепта ООО «Гарант» оферты ООО «АДВ-сервис» на оказание услуг в интернете.

ООО «Айклиник» пояснило, что был заключен договор оказания рекламных услуг № 3/20 от 05.02.2020 года с ООО «Гарант», по которому ООО «Гарант» берет обязательства по изготовлению и размещению рекламы в соответствии с п. 1.1. и п. 2.2. договора.

Вся ответственность за изготовление, размещение и распространение вышеуказанных рекламных материалов, в соответствии с главой 5 договора оказания рекламных услуг № 3/20 от 05.02.2020 года, лежит на Исполнителе, т.е. ООО «Гарант».

ООО «Гарант» взяло на себя обязательства по полному рекламному сопровождению компании, на данный момент договор оказания услуг договор оказания рекламных услуг № 3/20 от 05.02.2020 года с ООО «Гарант» расторгнут, в связи с нарушениями.

В соответствии с выпиской из ЕГРЮЛ, основной вид деятельности ООО «Айклиник» 95.21 Ремонт электронной бытовой техники, что подтверждает представленный Устав ООО «Айклиник».

В соответствии с выпиской из ЕГРЮЛ, основной вид деятельности ООО «Гарант» 95.21 Ремонт электронной бытовой техники.

Вместе с тем, в соответствии с информацией, представленной на официальных интернет-сайтах ООО «Айклиник» (<...>), ООО «Гарант» (<...>) не являются официальными сервисными центрами организаций.

Официальных интернет-сайты сервисных центров представлены ниже:

SAMSUNG (<https://www.samsung.com/ru/support/servicelocation/>),

HUAWEI (<https://consumer.huawei.com/ru/support/service-center/>),

XIAOMI (<https://www.mi.com/ru/service/repair/>),

SONY (https://services.sony.ru/support/files/asc/asc_ru.pdf),

LG (<https://www.lg.com/ru/support/locate-repair-center>),

ASUS (<https://www.asus.com/ru/support/Service-Center/Russia#>).

В соответствии со статьей 5 Федерального закона № 38-ФЗ реклама должна быть добросовестной и достоверной.

Согласно пункту 20 части 3 статьи 5 Закон «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

В соответствии с ч. 7 ст. 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.

Согласно ч. 6 ст. 38 Закона «О рекламе» рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований, установленных п. 20 ч. 3 ст. 5, ч. 7 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Статьей 3 Закона «О рекламе» установлено, что рекламодаделец – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Из указанного определения следует, что рекламодателем может быть как лицо, заинтересованное в реализации объекта рекламирования (изготовитель товара, продавец товара, лицо, оказывающее услуги), так и иное лицо, если указанное лицо совершило действия по выбору объекта рекламирования (под которым понимается товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама) и содержания рекламной информации. При этом отнесение того или иного лица к рекламодателю осуществляется исходя из объекта рекламирования, к которому формируется интерес в рекламе, условий договора о распространении рекламы, а также иных обстоятельств распространения рекламы (письмо ФАС России от 31.05.2016 №АК/36350/16 «О разъяснении отдельных положений Федерального закона «О рекламе»).

В ходе рассмотрения дела было установлено, что объект рекламирования определило ООО «Айклиник» (<...>), которое является рекламодателем. ООО «Айклиник» заинтересовано в продвижении своих сервисных услуг по ремонту техники. Согласно договору оказания рекламных услуг №3/20 от 05.02.2020, заключенному между ООО «Айклиник» и ООО «Гарант» заказчик, то есть ООО «Айклиник» имел право не предоставлять к размещению материалы, противоречащие законодательным нормам. Кроме того ООО «Айклиник» оказало услугу заявителю Сайтову Т.Ф. по ремонту разъема зарядки смартфона Самсунг на основании договора от 07.05.2020г., где указан ИНН: <...> ООО «Айклиник».

Рекламодателем также является ООО «Гарант», согласно договору оказания рекламных услуг №3/20 от 05.02.2020 ООО «Гарант» были осуществлены действия по изготовлению и размещению рекламы. Рекламные объявления размещались в сети Интернет через Сервис «eLama» обществом с ограниченной ответственностью «ГАРАНТ».

Ввиду изложенного и на основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе, а также в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения

антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

Признать рекламу с текстом: «Официальный сервис центр Самсунг Ремонт Самсунг! ...»; «Хуавей сервис Казань Официальный сервис Huawei...»; «Хуавей сервис Казань Официальный сервис Huawei...»; «Сервисный центр XIAOMI в Казани Официальный сервис...»; «Сервисный центр SONY Официальный сервис центр SONY...»; «Сервисный центр LG в Казани Официальный сервис LG...»; «Центр ASUS в Казани Официальный сервис центр ASUS...», распространенную в поисковой системе «Яндекс», ненадлежащей, не соответствующей требованиям пункту 20 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N38-ФЗ «О рекламе».

Рекламодателем признать ООО «Айклиник» (<...>) и ООО «Гарант» (<...>).

3. Предписание об устранении нарушений требований действующего законодательства Российской Федерации о рекламе ООО «Айклиник», ООО «Гарант» не выдавать, так ненадлежащая реклама удалена в сети Интернет.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Татарстанского УФАС России для рассмотрения вопроса о необходимости возбуждения дела об административном правонарушении.

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

Председатель Комиссии
лицо)

<...> – (должностное

Председатель Комиссии:

<...> – (должностное лицо)

Члены Комиссии:

<...> – (должностное лицо)

<...> – (должностное лицо)