ООО «Яндекс.Такси»

119021, г.Москва, ул.Льва Толстого, д.16

№СС-07-1030 от 12.02.2018

Решение по делу № 2364-ФАС52-07/17

Резолютивная часть решения объявлена 06 февраля 2018 года.

Решение изготовлено в полном объеме 12 февраля 2018 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

Смирнов С.В.	-	председатель Комиссии, заместитель руководителя управления;
Швецова О.Ю.	-	член Комиссии, начальник отдела контроля финансовых рынков, рекламы и недобросовестной конкуренции;
Морозова А.В.	-	**член Комиссии, специалист-эксперт отдела контроля финансовых рынков, рекламы и недобросовестной конкуренции,**

рассмотрев дело №2364-ФАС52-07/17, возбужденное по обращению потребителя рекламы К. (Управление не располагает согласием физического лица на использование его персональных данных) в отношении ООО «Яндекс.Такси» (ИНН 7704340310; ОГРН 5157746192731) по признакам нарушения пункта 2 части 3 и части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе»), в отсутствие представителей сторон,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области 18.09.2017 поступило обращение потребителя рекламы К. (вх.№8833) по поводу рекламы ООО «Яндекс.Такси», распространяемой на бортовых поверхностях транспортных средств в городе Нижнем Новгороде и содержащей следующую информацию: *«Яндекс Такси от 30 р Загрузите в App*

Store Доступен в Google Play 0+».

По мнению заявителя, данная реклама является недостоверной, так как при заказе такси с соблюдением требований минимальной цены поездки ее стоимость всегда составляет более 30 рублей.

По факту распространения вышеуказанной рекламы Нижегородским УФАС России составлены Акты наблюдения от 03.10.2017 и от 13.10.2017 Также Нижегородским УФАС России осуществлен осмотр приложения «Яндекс.Такси» и составлены Акты наблюдения от 12.10.2017.

В связи с местонахождением ООО «Яндекс.Такси» в городе Москве, на основании пункта 5 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Нижегородское УФАС России ходатайствовало перед Федеральной антимонопольной службой о наделении полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела в отношении ООО «Яндекс.Такси» (исх. от 13.10.2017 №СС-07/10823) по признакам нарушения пункта 2 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

ФАС России письмом от 18.10.2017 №АК/71879/17 наделила Нижегородское УФАС России полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела в отношении ООО «Яндекс.Такси».

В связи с указанными обстоятельствами, Нижегородское УФАС России 07.11.2017 возбудило дело №2364-ФАС52-07/17 в отношении ООО «Яндекс.Такси» по признакам нарушения пункта 2 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Определением об отложении и продлении срока рассмотрения дела №2364-ФАС52-07/17 от 28.11.2017 (исх.№СС-07/12344) дело доквалифицировано по части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Рассмотрение дела по существу состоялось 06.02.2018. О месте и времени рассмотрения настоящего дела ООО «Яндекс.Такси» уведомлено надлежащим образом в соответствии с отчетом об отслеживании отправления ФГУП «Почта России» с почтовым идентификатором №60377419843408.

Изучив материалы дела, представленные документы, Комиссия Нижегородского УФАС России приходит к следующим выводам.

В городе Нижнем Новгороде на бортовых поверхностях транспортных средств распространяется сообщение следующего содержания: *«Яндекс Такси от 30 р Загрузите в App Store Доступен в Google Play 0+».*

Согласно представленному ООО «Яндекс.Такси» макету (вх.№8490 от 27.11.2017), рассматриваемое сообщение также содержит следующую информацию: *«Цена за подачу в г.Нижний Новгород. Подробнее на taxi.yandex.ru».*

Согласно пункту 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе»: реклама - 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объект рекламирования - товар, средство его индивидуализации, 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, пункт 3 этой же статьи определил, что товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В письменных пояснениях ООО «Яндекс.Такси» указало, что Общество не оказывает услуги по перевозке пассажиров, а лишь предоставляет сервис «Яндекс.Такси».

Согласно информации раздела «Термины и определения» Оферты на оказание Услуг по предоставлению доступа к сервису, представленной Обществом в материалы настоящего дела, сервис «Яндекс.Такси» - программно-аппаратный комплекс, позволяющий пользователям размещать запросы на услуги по перевозке пассажиров и багажа легковым такси, и осуществляющий автоматическую обработку и передачу запросов пользователей службе такси.

В ходе рассмотрения дела, Нижегородским УФАС России на официальном сайте Управления по адресу http://n-novgorod.fas.gov.ru/ был проведен опрос потребителей рекламы, в рамках которого перед ними был поставлен вопрос *«О какой услуге, по Вашему мнению, идет речь в рекламе «Яндекс.Такси от 30 р»* с вариантами ответа:

- *«услуге сервиса по вызову такси с помощью приложения»*;

- *«услуге по перевозке пассажиров»*.

Всего в опросе участвовало 1725 человек, из них 928 человек посчитали, что в рекламе речь идёт об услуге сервиса по вызову такси с помощью приложения, 797 человек ответили, что об услуге по перевозке пассажиров.

Данный опрос показал, что потребители воспринимают «Яндекс.Такси» как сервис, с помощью которого осуществляется заказ такси.

Слово «перевозка», согласно Толковому словарю русского языка С.И. Ожегова, Н.Ю. Шведовой, подразумевает под собой следующее действие: везя через какое-нибудь пространство, переместить. Таким образом, услуга по перевозке пассажиров и багажа легковым транспортом предполагает перемещение из одного места в другое.

Заказ данной услуги возможен посредством как телефонной связи, так и с помощью различных сервисов, в том числе с помощью сервиса «Яндекс.Такси».

Следовательно, потребитель, осуществляя заказ такси, в частности через сервис «Яндекс.Такси», преследует цель добраться из одного место в другое, то есть воспользоваться услугой по перевозке пассажиров и багажа легковым транспортом.

Таким образом, сообщение направлено на привлечение внимания потребителей к услугам такси, которыми они могут воспользоваться с помощью сервиса «Яндекс.Такси».

Кроме того, в рассматриваемом сообщении указано, что цена 30 рублей установлена за подачу автомобиля. По мнению Комиссии Нижегородского УФАС России, подача автомобиля относится именно к услугам такси.

Сообщение направлено на привлечение внимания неопределенного круга лиц к объекту рекламирования, которым в данном случае являются услуги такси. Таким образом, рассматриваемое сообщение отвечает определению, указанному в пункте 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе», а, следовательно, является рекламой.

В соответствии с пунктом 2 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

По мнению ООО «Яндекс.Такси», реклама является достоверной, так как из рекламных материалов прямо следует, что 30 рублей представляют собой стоимость подачи такси, а не поездки. Конечная стоимость формируется в зависимости от километража и времени в пути.

В соответствии с письменными пояснениями ООО «Яндекс.Такси» (вх.№8490 от 27.11.2017), а также информацией, размещенной на сайте taxi.yandex.ru, посадка в автомобиль (в городе Нижнем Новгороде) стоит не дороже 30 рублей, стоимость поездки по городу составляет не более 11 рублей за километр и 3 рублей за минуту.

Из вышеуказанного следует, что ООО «Яндекс.Такси» выделяет подачу автомобиля как отдельную платную услугу, а стоимость поездки при этом составляет более 30 рублей, так как потребитель оплачивает 30 рублей только за подачу автомобиля, а доставка в определенное место оплачивается им дополнительно. Иными словами, в 30 рублей потребителю обойдется только посадка, а сама по себе услуга такси в полном объеме не оказывается. Чтобы совершить перемещение пассажиру необходимо доплатить.

По мнению Комиссии Нижегородского УФАС России, услуга такси представляет собой доставку пассажира из одного места в другое. Заказывая такси, потребитель не предполагает осуществлять только посадку в автомобиль, никуда при этом не доезжая. Следовательно, обращая внимание на стоимость

услуги такси, потребители в первую очередь отмечают стоимость услуги, воспользовавшись которой они достигнут конечной цели – доставки из одного места в другое.

В противоречие ранее представленным пояснениям ООО «Яндекс.Такси» в письме от 18.12.2017 (вх.№8943) указало, что потребитель имеет возможность совершить поездку за 30 рублей. В качестве доказательства Обществом в материалы настоящего дела представлены данные из реестра поездок в период с 01.10.2017 по 10.12.2017 с информацией о поездках за 30 рублей.

Комиссия Нижегородского УФАС России, проанализировав представленный реестр поездок, отмечает следующее. Данный реестр содержит информацию о дате, времени заказа, адрес, куда пассажир вызвал такси, и адрес, куда был доставлен. Комиссией установлено, что порядка 90% реестра составляют заказы, где адрес вызова совпадает с адресом доставки, например, от улицы Веденяпина, дом 23, корпус 1 до улицы Веденяпина, дом 23, корпус 1 и т.п.

Подобные заказы не предполагают передвижение пассажира из одного места в другое.

Оставшиеся 10% реестра составляют заказы без указания конкретных адресов: от - Приокский район, до - Приокский район; от - Сормовский район, до - Сормовский район; от - Бугристая улица, до - Союзный проспект и т.д. Одновременно с этим, в реестре представлен заказ такси от улицы Ларина, дом 18, корпус 1 до улицы Бурнаковской, дом 67, однако данный маршрут составляет 18 км и предполагает проезд из верхней части города Нижнего Новгорода в нижнюю. Учитывая, что стоимость поездки составляет 11 р/км и 3 р/минута, стоимость такси по такому маршруту не может составлять 30 рублей.

Таким образом, по мнению Комиссии Нижегородского УФАС России, представленный ООО «Яндекс.Такси» реестр поездок содержит недостоверные сведения и не является фактическим и бесспорным доказательством совершения поездок за 30 рублей.

Относительно наличия в рекламе предлога «от» Комиссия считает, что указание цены с использованием данного предлога не может свидетельствовать о праве хозяйствующего субъекта рекламировать товар или услугу с указанием стоимости, которая является меньше реально подлежащей оплате.

Таким образом, в рекламе «Яндекс.Такси» содержится недостоверная информация о цене рекламируемой услуги, так как стоимость 30 рублей потребитель оплачивает только за подачу автомобиля, а сама поездка оплачивается им дополнительно.

На основании изложенного Комиссия Нижегородского УФАС России пришла к выводу о том что, реклама *«Яндекс.Такси от 30 р»,* распространяемая на бортовых поверхностях транспортных средств в городе Нижнем Новгороде, противоречит требованиям пункта 2 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 5 ФЗ «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.

По мнению ООО «Яндекс.Такси», рассматриваемая реклама содержит всю существенную информацию о сервисе «Яндекс.Такси». Общество считает, что представленные им фотографии подтверждают факт наличия в рекламном сообщении информации о том, что 30 рублей представляет собой стоимость подачи, а не поездки.

Комиссия Нижегородского УФАС России считает данные доводы Общества несостоятельными в силу следующего. В рассматриваемом сообщении привлекательная для потребителя информация – *«Яндекс.Такси от 30 р»* указана крупным шрифтом, благодаря чему данное условие является доступным для восприятия потребителем. Однако информация о том, что стоимость оплачивается потребителем только за подачу автомобиля, а не за поездку, указана в рекламе мелким, трудным для восприятия шрифтом, хотя является существенной, необходимой потребителю для принятия осознанного решения о приобретении рекламируемой услуги или отказе от нее. Данное утверждение Комиссии Нижегородского УФАС России подтверждается, в том числе заявлением потребителя рекламы К.

Согласно пункту 28 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг. Поэтому если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем, и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования. При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

При оценке рекламы Комиссия Нижегородского УФАС России также учитывала способ размещения рассматриваемого рекламного сообщения, а именно бортовые поверхности транспортных средств, которые движутся по городу со скоростью 60 км/ч и делают кратковременные остановки. Следовательно, в данном случае реклама направлена на импульсивное восприятие информации и должна быть доступна водителям, пешеходам, пассажирам других транспортных средств.

Размещение привлекательной для потребителя информации крупным шрифтом, а менее привлекательной информации - способом, затрудняющим ее

восприятие (с учетом движения транспортного средства с определенной скоростью), свидетельствует о недобросовестности такой рекламы.

При этом, то обстоятельство, что нормами Федерального закона «О рекламе» не установлен размер шрифта, не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть любым, поскольку, как следует из положений статьи 5 Федерального закона «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна вводить в заблуждение потребителей.

С учетом изложенного, в случае, когда условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, отсутствие которой способно обмануть их ожидания, сформированные рекламой, формально присутствовали в рекламе, однако форма представления сведений такова, что данная информация не может быть воспринята потребителями, следует признавать, что данные сведения не были доведены для неопределенного круга лиц надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию и вводится в заблуждение относительно предлагаемой услуги.

Представленные ООО «Яндекс.Такси» фотографии наглядно отражают разницу в размере шрифта, которым выполнена привлекательная для потребителя информация *«Яндекс.Такси от 30 р»* и существенное условие рекламируемой услуги *«Цена за подачу в г.Нижний Новгород»,* которое не может быть воспринято потребителем.

Вместе с этим, возможность потенциальных потребителей ознакомиться с существенной информацией на сайте, на что указано в рассматриваемой рекламе, не заменяет обязанности по распространению существенных сведений, отсутствие которых способно ввести потребителей в заблуждение относительно рекламируемого продукта.

Так не может свидетельствовать об отсутствии введения в заблуждение то обстоятельство, что в рекламе указана недостоверная информация о стоимости услуги, но при попытке потребителя воспользоваться услугой выясняется, что фактическая стоимость выше и включает в себя дополнительные платежи.

Комиссия Нижегородского УФАС России пришла к выводу о том, что указание информации о существенном условии предоставления рекламируемой услуги на официальном сайте рекламодателя или в его официальном мобильном приложении не может исключать самого факта введения в заблуждение потребителей рекламы в отношении данной услуги.

ООО «Яндекс.Такси» в своих письменных пояснениях также указало, что в связи с возможностью совершения поездки за 30 рублей, даже отсутствие в рекламе информации о том, что 30 рублей представляет собой стоимость подачи автомобиля, само по себе не влечет нарушение части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Как было указано ранее, информация о стоимости 30 рублей за услуги по

перевозке пассажиров и багажа легковым транспортом является недостоверной, так как фактически 30 рублей потребитель платит за подачу автомобиля, а не за доставку из одного места в другое.

При этом формально в рекламе присутствует утверждение о том, что цена указана за подачу автомобиля. Однако форма представления данной информации не может быть расценено как ее наличие. Следовательно, потребителем в рекламе воспринимается только одно условие рекламируемой услуги – «от 30 рублей».

На основании вышеизложенного, Комиссия Нижегородского УФАС России пришла к выводу, что реклама *«Яндекс.Такси от 30 р»,* распространяемая на бортовых поверхностях транспортных средств в городе Нижнем Новгороде, также противоречит требованиям части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 2 части 3 и частью 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе», несет рекламодатель.

Согласно пункту 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе», рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и содержание рекламы лицо.

Рассматриваемая реклама произведена по заказу ООО «Яндекс.Такси» на основании Договора №10099521, заключенного Обществом (заказчик) с ООО «Дженерал Бокс» (исполнитель). В соответствии с частью 1 договора, исполнитель передает в собственность заказчику сувенирную, рекламную и иную продукции, а также выполняет по заданию заказчика работы в соответствии с предоставленным заказчиком оригинал-макетом необходимого товара. Осуществление ООО «Яндекс.Такси» заказа на изготовление и монтаж наклеек на автомобиль подтверждается актами выполненных работ, представленных в материалы настоящего дела.

В соответствии с пунктом 2.2.6 Оферты на оказание услуг по предоставлению доступа к сервису ООО «Яндекс.Такси» предоставляет службам такси рекламно-информационные материалы для размещения на такси. Следовательно, лицом, определившим содержание рекламы является ООО «Яндекс.Такси». Службы такси, размещая на транспорте предоставленные ООО «Яндекс.Такси» рекламные материалы, выступают в качестве рекламораспространителей.

Следовательно, рекламодателем является ООО «Яндекс.Такси».

Согласно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства РФ о рекламе.

Рассматриваемая реклама выявлена потребителем рекламы К. 18 сентября 2017 года и распространялась на момент рассмотрения дела.

Таким образом, реклама ООО «Яндекс.Такси», размещенная на бортовых

поверхностях транспортных средств в городе Нижнем Новгороде и распространенная с 18.09.2017 по 06.02.2018, является ненадлежащей, противоречащей требованиям пункта 2 части 3 и части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Комиссия Нижегородского УФАС России считает необходимым выдать ООО «Яндекс.Такси» предписание об устранении выявленного нарушения.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с пунктами 37-44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу ООО «Яндекс.Такси», размещенную на бортовых поверхностях транспортных средств в городе Нижнем Новгороде и распространенную с 18.09.2017 по 06.02.2018, поскольку в ней нарушены требования пункта 2 части 3 и части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «Яндекс.Такси» предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии **С.В. Смирнов**

Члены Комиссии **А.В. Морозова**

О.Ю. Швецова